



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

**MARCOS VISUALES DE LOS
REFUGIADOS Y MIGRANTES A TRAVÉS
DE LOS MEDIOS EUROPEOS**
UN ANÁLISIS DE CONTENIDO DESDE
LA TEORÍA DEL FRAMING

Trabajo de Fin de Máster

Autor: Javier Jiménez Amores
Director: Dr. Carlos Arcila Calderón

Máster Universitario en Investigación en Comunicación Audiovisual

Curso: 2016/2017

RESUMEN

El presente trabajo analiza los marcos visuales de los refugiados y migrantes que predominan en la agenda mediática de los principales países europeos, a partir del estudio de los cuatro niveles de *visual framing* propuestos por Rodríguez y Dimitrova (2011). El objetivo principal es identificar la tipología de encuadres simbólicos y/o connotativos que se transmiten con mayor frecuencia en los medios de Europa Occidental durante la crisis migratoria del Mediterráneo, así como los elementos y atributos de carácter denotativo y estilístico que conforman cada uno de esos marcos. Para ello se ha hecho uso del análisis de contenido como marco metodológico. Los datos estadísticos resultantes ofrecen una visión global del tratamiento visual que realizan los principales medios europeos, y de cómo estos representan mayoritariamente a los refugiados y migrantes, estableciendo diferencias geográficas entre Alemania, el país más afectado por el conflicto migratorio, y el resto de países (España, Francia, Italia y Reino Unido); y diferencias temporales entre un primer período de la crisis migratoria (2013-2014) y un segundo período en el que el conflicto se agrava y alcanza las fronteras europeas de forma masiva (2015-2017). Los hallazgos indican que en la totalidad de medios y países predomina una tipología de marcos visuales que representan al refugiado y/o migrante como una víctima, sufridora y necesitada. Sin embargo, se ha encontrado que los marcos que representan a esos sujetos como una posible carga y/o amenaza para las sociedades occidentales son más frecuentes en Alemania que en el resto de países analizados, así como en el segundo y más reciente período de la crisis migratoria de Europa y del Mediterráneo, a nivel general.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. <i>El concepto de refugiado</i>	4
1.2. <i>La crisis migratoria de Europa y del Mediterráneo</i>	6
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. <i>Teoría del framing: los marcos noticiosos</i>	9
2.2. <i>Visual framing: enmarcando la realidad con imágenes</i>	13
3. REVISIÓN DE LA LITERATURA	17
3.1. <i>El análisis de los marcos visuales en estudios precedentes</i>	16
3.1.1 <i>La imagen de los refugiados y migrantes a través de los medios europeos</i>	19
3.2. <i>Actitudes hacia los refugiados y migrantes en Europa</i>	24
4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
5. HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	30
6. METODOLOGÍA	33
6.1. <i>Muestra de contenidos</i>	34
6.2. <i>Instrumento</i>	38
6.3. <i>Medidas</i>	41
6.4. <i>Análisis</i>	44
7. RESULTADOS	44
7.1. <i>Los marcos visuales de los refugiados y migrantes en tres niveles</i>	44
7.2. <i>Los marcos simbólicos de los refugiados y migrantes en Europa</i>	51
7.3. <i>Los marcos simbólicos del país que más migrantes recibe en Europa Occidental</i>	56
7.4. <i>Dos períodos de la crisis migratoria y dos maneras de enmarcarla</i>	57
6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	58
7. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	64
REFERENCIAS	66
ANEXOS	72

1. INTRODUCCIÓN

Son múltiples los estudios que versan sobre la representación mediática de las diversas minorías étnicas y sociológicas existentes en Europa. De igual forma, se han desarrollado numerosas investigaciones acerca de la imagen de la inmigración, a grandes rasgos, que transmiten los medios de comunicación occidentales. Sin embargo, en un momento en el que Europa se ve sumida en una crisis migratoria sin precedentes, producto de los conflictos acaecidos en el mundo árabe, y en el que el número de refugiados supera ya con creces las cifras recogidas durante la Segunda Guerra Mundial; sorprende que sean escasos los estudios que se enfocan específicamente en el tratamiento informativo de esos refugiados, siendo una de las minorías más vulnerables, proclive y tendente a ser estereotipada y demonizada por los medios y, al mismo tiempo, de ser víctima de una opinión pública influenciada muchas veces por esa cobertura mediática. Por otro lado, hay que incidir de igual forma sobre la profunda carencia de estudios centrados particularmente en los marcos visuales noticiosos. Según Elena Palacios (2015), de todos los estudios basados en *framing*, tan sólo hay un 17% que analizan el componente visual. Y el porcentaje será notablemente inferior si nos referimos a los estudios que se centran en los marcos visuales relacionados con esas minorías estigmatizadas y en peligro de exclusión, prestando atención a la relevancia cada vez mayor que tiene el elemento fotográfico en los modos de tratamiento y encuadre de las noticias sobre refugiados y migrantes, así como su poder de influencia y sugestión, y sus efectos cognitivos sobre las audiencias.

En este contexto, y dada la trascendencia del actual conflicto migratorio en las agendas mediáticas europeas, se presupone más que estimable un estudio que atienda a la representación y el tratamiento de los desplazados en todas sus tipologías, por parte de los medios informativos europeos, y partiendo de la teoría del encuadre visual (*visual framing*). Así se plantea el presente trabajo, cuyo objeto de estudio ha sido la imagen digital que usan tales medios en su acción informativa acerca del tema que concierne. En este planteamiento se cuenta con el postulado potencial expresivo de la imagen, esencial en la transmisión de unos marcos perceptivos y unas sensibilidades determinadas, lo que sin duda permite potenciar unos efectos cognitivos y/o emotivos específicos sobre las audiencias, o un reforzamiento de las actitudes previas.

El presente estudio pretende así, partiendo de estas premisas y de una sólida revisión teórica, analizar desde la perspectiva teórica del *visual framing*, el tipo de tratamiento visual que desarrollan en la actualidad los medios informativos europeos acerca del migrante y/o refugiado. Para ello, se ha llevado a cabo un análisis de contenido de las imágenes publicadas desde el inicio de la Crisis Migratoria de Europa y del Mediterráneo, relacionadas con esas

minorías exiliadas, directa o indirectamente. El propósito principal ha sido identificar los diversos marcos visuales que ofrecen los medios respecto a la figura del migrante y/o refugiado, y concluir cuáles son los más predominantes, y que tipo de atributos particulares sobresalen.

1.1. *El concepto de refugiado*

Aun siendo continuamente referenciada en los distintos medios de comunicación, así como en textos científicos e institucionales, la palabra *refugiado* sigue aun sin tener un significado único y homogéneo. Sin embargo, siendo la definición de ese concepto la que permita o no a una persona desplazada beneficiarse de la protección internacional, y ser admitida en uno de los más de cien países dignatarios del Convenio de Ginebra, parece más que urgente resolver el conflicto semántico. En este apartado se intentará diferenciar entre las distintas acepciones que puede adoptar el término *refugiado*, para afrontarlo con rigurosidad en el presente trabajo.

Para empezar, según el Diccionario de la Real Academia de la lengua Española (RAE), el término *refugiado* hace alusión a la persona que, “a consecuencia de guerras, revoluciones o persecuciones políticas, se ve obligada a buscar refugio fuera de su país”. Por otra parte, según la misma fuente, el concepto *migrar* supone “trasladarse desde el lugar en que se habita a otro diferente”, mientras que *inmigrante* se refiere a la persona que llega “a un país extranjero para radicarse en él” o “instalarse en un lugar distinto de donde vivía dentro del propio país, en busca de mejores medios de vida”.

Sin embargo, para la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), *migrar* es un término mucho más genérico que se utiliza para describir “un movimiento de personas en el que se observa la coacción, incluyendo la amenaza a la vida y su subsistencia, bien sea por causas naturales o humanas”; mientras que *refugiado* sería la persona que “con fundados temores de ser perseguida por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentre fuera del país de su nacionalidad y no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera acogerse a la protección de tal país” (art. 1.a y 2 de la Convención sobre el Estatuto de Refugiado de 1951, modificada por el protocolo de 1967).

Analizando la obligada evolución del concepto, se puede observar que la única característica que siempre identifica al refugiado, diferenciándolo de otros emigrantes, es el carácter forzoso de su desplazamiento. No obstante, la definición recogida en el Convenio de Ginebra de 1951, durante la Guerra Fría, queda necesariamente obsoleta en nuestros días, ya que la realidad de los refugiados actuales se presenta mucho más compleja. Por un lado, la gran mayoría de los

desplazados en la actualidad forma parte de un flujo masivo y anónimo de personas, que poco o nada tiene que ver con el carácter individual del refugiado, normalmente político, de mediados del s. XX. Por otro lado, las causas de los éxodos de población que se dan hoy se han diversificado y complejizado, debiendo incluirse en la supuesta definición, tal y como sugiere Ana Isabel Escalona (1995), desde las necesidades económicas (presentes en cualquier migrante), hasta las violaciones de derechos humanos, pasando por el deterioro medioambiental, las desigualdades sociales, políticas y/ económicas, o las brechas tecnológicas. En esta tesitura, el único organismo que parece adaptarse a las exigencias de los nuevos desplazados es ACNUR (Escalona, 1995). Esta organización contempla que la condición de refugiado no debe ser condicionada por la situación individual de la persona, sino cada vez más por la situación vigente en el país de procedencia. Frente a esto, los gobiernos de los países europeos siguen basando la evaluación de las solicitudes de asilo que reciben, por una insensible conveniencia, en la vieja definición del Convenio de Ginebra.

Dada la complejidad que se viene reflejando cada vez más, producto de la diversidad de situaciones y características de los refugiados actuales, la comunidad académica, que no las organizaciones gubernamentales ni la legislación internacional, ha procurado establecer una serie de distinciones entre las distintas tipologías de desplazados que se presentan. Escalona hace un resumen de esta clasificación aún vigente en nuestros días. Por un lado, se situarían “los solicitantes de asilo”, aquellas personas a quienes se les tramita el correspondiente expediente en el gobierno solicitado. Por otro lado, dentro de la propia categoría de refugiado, se encontrarían: en primer lugar, los “refugiados estatutarios”, aquellos a quienes se otorgan los niveles plenos de protección acordados en el Convenio de Ginebra, una figura prácticamente inexistente dentro de los nuevos escenarios de desplazados; en segundo lugar se encontrarían los “refugiados a título humanitario”, tipología dentro de la cual se deberían encontrar la mayoría de los prófugos de las guerras en territorio árabe entre otros; en tercer lugar se darían los “refugiados de facto”, referidos a aquéllos a quienes se les permite la estancia en un país de asilo, sin haber presentado una solicitud para conseguir el estatuto de refugiado de pleno derecho, o habiendo sido ésta rechazada; y en cuarto lugar, Escalona señala una última categoría, el de “refugiado bajo mandato de la ONU”, refiriéndose a quiénes han sido reconocidos como tales por ACNUR, pero no por los gobiernos del país donde se encuentran.

En cualquiera de los casos, la carencia teórica existente respecto al tema de los refugiados, así como la falta de soluciones en relación a sus tipologías y conceptos tiene una serie de inevitables (aunque posiblemente interesadas) consecuencias, en términos legislativos, pero también en

términos académicos e investigativos, dada la dificultad de estudiar sobre un tema del cual no existen unos fundamentos teóricos sólidos, y cuyo vocabulario está sesgado por el uso impropio que continuamente se hacen de él tanto medios informativos como políticos e instituciones. Siendo tal la complejidad semántica del concepto, y la diversidad de acepciones, se entiende que la actual y mal llamada crisis europea de refugiados haya sido rebautizada por las instituciones, de manera más precisa y adecuada como *Crisis Migratoria de Europa y del Mediterráneo*, de la que se hablará de manera más detallada en el siguiente apartado. De igual manera, resulta lógico que la forma más correcta de referirse a esas personas desplazadas forzosamente sea como *migrantes y/o refugiados* o, en su caso, como *solicitantes de asilo*; y así se procurará de aquí en adelante en este trabajo. Por último, es necesario concluir que las problemáticas más graves y directas derivadas de este deliberado laberinto semántico recaen sobre los propios refugiados, quienes se ven continuamente afectados por conflictos que casi siempre ignoran y desconocen.

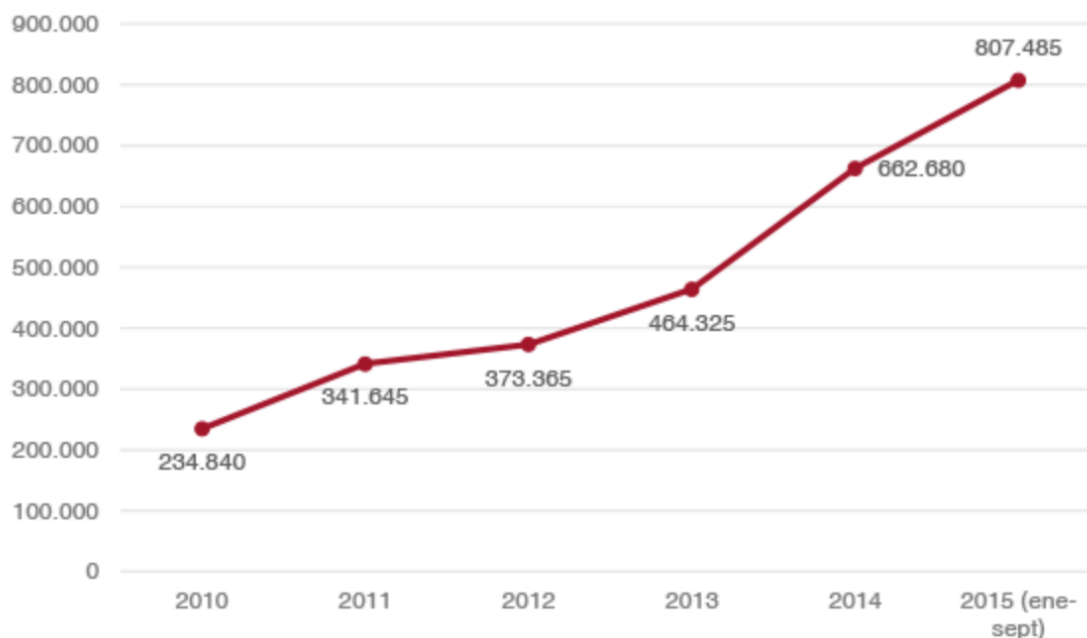
1.2. La crisis migratoria de Europa y del Mediterráneo

Desde el inicio de las primaveras árabes en 2011, son varios los países que se han visto sacudidos con especial gravedad por sangrientas revueltas y batallas dentro del mundo árabo-islámico. Entre esos países destaca Siria, aun sumido en una interminable Guerra Civil que ya se ha cobrado más de 400.000 muertos, según el informe de 2016 del Centro Sirio para la Investigación Política, y más de 5 millones de personas desplazadas por la guerra.

Una de las principales consecuencias de esos conflictos es el desplazamiento masivo de civiles que se han visto obligados a emigrar y han sido, en el mejor y menor de los casos, reubicados en países circundantes como Irak, Pakistán, Líbano, Jordania o Turquía; y en la mayor parte de ellos, desplazados dentro de su propia región, o hacinados en campos de refugiados, en un limbo legislativo, y sin unas ayudas humanitarias eficaces, muchos después de haber intentado sin éxito cruzar el Mediterráneo con la intención de llegar a tierras europeas. Estos conflictos del medio-oriente han multiplicado la cifra de refugiados en el mundo en pocos años, y han provocado que Europa se enfrente a la mayor crisis migratoria desde la Segunda Guerra Mundial. Un estudio del Real Instituto Elcano de 2015 muestra la grave evolución de esta crisis medida en número de solicitantes de asilo que recibe la Unión Europea desde 2010. Mientras que durante ese año Europa recibió menos de 235 mil solicitudes de asilo, ya en 2014 superaba los 464 mil. Y aunque la cifra del año completo no se recoge en el informe del Real Instituto Elcano por falta de datos, según ACNUR, la cifra definitiva de demandas de asilo recibidas por

los países europeos en 2015 alcanzó los 1.3 millones. En ese mismo año 3.771 migrantes fueron reportados como muertos o desaparecidos (ACNUR, 2016).

Figura 1. Evolución del número de solicitantes de asilo en la Unión Europea desde comienzos de la crisis migratoria de Europa y del Mediterráneo



Fuente: Enríquez, C. G. (2015). *La crisis de los refugiados y la respuesta europea*. Real Instituto Elcano, Madrid, España.

Sin embargo, en este contexto, la cifra de desplazados que consiguen finalmente asilo en los Estados europeos sigue siendo insignificante, ya que, mientras algunos países como Suecia o Alemania procesan un gran número de solicitudes de asilo al año, otros, como Reino Unido o República Checa han procurado reducir al máximo su responsabilidad. Este es también el caso de España, que ha acogido poco más de 1.000 refugiados desde 2015, cuando se comprometiera a dar refugio a 17.387.

La Guerra Civil Siria ha supuesto que el total de desplazamientos forzados en el mundo a finales de 2016 llegase ya a los 65,6 millones de personas, tras un incremento de un 55% en solo cuatro años, según el informe del Alto Comisionado de la ONU para los Refugiados (ACNUR), 'Tendencias Globales', de 2016. Estas cifras, que superan notablemente las recogidas durante la Segunda Guerra Mundial, continúan creciendo a diario mientras los conflictos árabes siguen sin paliarse, y mientras el espacio de asilo se va restringiendo cada vez más en Europa y en otras regiones. El informe Tendencias Globales 2016 concluye que, durante ese año, un promedio de 20 personas por minuto se vieron obligadas a huir de sus hogares y buscar protección en otro lugar, ya sea dentro de las fronteras de su país o en otros países. En total, unos 10,3 millones de personas se convirtieron en nuevos desplazados sólo en 2016. Entre ellos

había 6,9 millones de personas desplazadas dentro de las fronteras de sus países y 3,4 millones de nuevos migrantes forzosos en otras regiones. De los 65,6 millones de personas desplazadas forzosamente en todo el mundo a finales de 2016, 22,5 millones eran refugiados (17,2 millones bajo el mandato del ACNUR y 5,3 millones registrados por el UNRWA), 40,3 millones eran desplazados internos y 2,8 millones solicitantes de asilo. En concreto, son tres países los que expulsaron el 55% de la actual población refugiada del mundo: Siria, con 5,5 millones de personas; Afganistán, con 2,5 millones y Sudán del Sur, con 1,4 millones. Por otro lado, Colombia, con 7,4 millones de personas; Siria con 6,3 millones, e Irak, con 3,6 millones, son los que poseen las mayores poblaciones de desplazados internos (ACNUR, 2017). Todos estos datos son reveladores de la crisis migratoria manifiesta, traducida en una llegada masiva y descontrolada de refugiados y migrantes a fronteras europeas, lo que, sumado a la crisis económica mundial, ha venido desembocando en importantes tensiones y conflictos de carácter político y social a lo largo de todo el continente, incluyendo el crecimiento de partidos de extrema derecha, movilizaciones contra la inmigración, ataques contra centros de asilo, el cierre parcial de fronteras en diversos países; e incluso podría señalarse como una de las razones principales de voto a favor del “Brexit” en el Reino Unido.

Con estos datos, no resulta sorprendente que uno de los temas de mayor relevancia en la agenda informativa, así como una de las mayores preocupaciones de la vida política e informativa en muchos países de Europa sea la ya denominada como Crisis Migratoria de Europa y el Mediterráneo, por todas sus implicaciones en el mundo occidental. Los dramáticos episodios que viven en los últimos años los múltiples desplazados a lo largo de todo el continente europeo son informados y representados por los medios de comunicación occidentales con una amplia cobertura fotográfica, prácticamente sin precedentes, y a través de imágenes cada vez más explícitas y sensacionalistas, mostradas en las nuevas y diversas plataformas digitales con las que cuentan los medios informativos de la actualidad. En este sentido, se presupone que los distintos tipos de representación visual acerca de los refugiados y migrantes puede tener, y sin duda tendrá un relevante efecto sobre la percepción de esas minorías por parte de la opinión pública, dado que la carga icónica y emotiva de la imagen es mucho mayor que la de cualquier texto escrito, de ahí su importancia (Alonso, 2007; Barthes, 1990; Fontcuberta, 1997; Mandell y Shaw, 1973; Ramírez, 2011; Sontag, 1996). Pese a esto, siguen siendo dominantes los estudios que analizan los aspectos textuales de las noticias de prensa, y minoritarios aquellos que se centran en las imágenes que acompañan, y cada vez más protagonizan los contenidos informativos (López, Otero, Pardo, y Vicente, 2010).

Por todas estas razones se convierte en prioritario desarrollar un estudio que atienda a la representación en los medios de esos grupos de desplazados, cada vez más grandes y más vulnerables; y que ponga un mayor énfasis en el análisis de las fotografías informativas, dado su potencial expresivo. Con esta intención se plantea este estudio, enmarcado dentro de los estudios de comunicación visual, que tratará de inferir, a través del análisis de contenido, que tipos de marcos visuales ofrecen los medios europeos respecto a la crisis migratoria y a la figura del refugiado, y cuáles son los más predominantes.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. *Teoría del framing: los marcos noticiosos*

El mundo de la investigación en comunicación, y sobre todo el dedicado a la cobertura y al tratamiento de los acontecimientos noticiosos, normalmente anclado en el *Agenda Setting* como marco teórico más dominante y establecido, se ha visto en las últimas dos décadas profundamente influenciado por el aumento de la popularidad del *news framing* o encuadre noticioso. Esta teoría, cuyo máximo exponente es Robert Entman (1991), y que se relaciona con las premisas del *Agenda Setting*, describe el proceso por el cual los medios encuadran los acontecimientos sociales, seleccionando algunos aspectos de una realidad percibida, para hacerlos más prominentes y relevantes en los mensajes comunicativos, de manera que promuevan definiciones particulares de problemas, interpretaciones causales, evaluaciones y/o juicios morales sobre el asunto descrito; asignándoles una definición concreta y/o una recomendación para su tratamiento (Entman, 1993). Según esta teoría, los periodistas (o productores de la información) sugieren un particular punto de vista de los sucesos, a través de los encuadres en los que estructuran la noticia, a través de la selección de los componentes informativos que se subrayan o enfatizan, enmarcados de un modo particular durante el discurso. De este modo, tal y como explica Entman, cuando un medio encuadra los sucesos, siempre elige un enfoque particular, mediante la selección de unos elementos determinados de una realidad interpretada, destacando estos a través del texto (o de la imagen), para fomentar un modo de pensar específico acerca de los acontecimientos o actores de los que se pretende informar. El autor define así los *frames* como las estructuras mentales que ordenan la construcción y comprensión de la realidad social dando pie a que la cobertura mediática de un evento pueda ser enmarcada desde diferentes ángulos que lleven a los lectores a interpretar un tema de una manera concreta. En este sentido, la información que los medios de difusión

ofrecen a su audiencia respondería a un modo particular y mediado de percibir y transmitir la realidad.

Por su parte McCombs (1996), principal exponente de la *Agenda Setting*, sostiene que, al igual que la selección de temas y asuntos condiciona en lo que deben pensar las personas, los enfoques noticiosos influyen también profundamente en la opinión pública, generando ciertas pautas de interpretación y percepción en las audiencias que, de esta manera, van desarrollando preconociones y prejuicios sociales. Esta situación, que explica el segundo nivel del establecimiento de agenda, tiene lugar cuando los medios destacan y jerarquizan determinados atributos o aspectos de los sucesos o de los personajes en los contenidos informativos, ya sea en textos o en imágenes, tendiendo a estructurar así de igual forma las consideraciones colectivas, conduciéndolas de una manera positiva o negativa. De este modo, cuando los medios destacan los aspectos negativos de un acontecimiento, se tiende a generar en la audiencia reacciones de rechazo, temor y desacuerdo ante la realidad presentada. En contraposición, cuando dentro de un encuadre noticioso sobresalen los aspectos positivos, es normal que se generen en el público sensaciones y valoraciones de acuerdo y armonía con los sucesos y los principales protagonistas de los mismos. Esta noción da lugar a que los medios y periodistas sean cada vez más conscientes de su responsabilidad a la hora de crear y difundir contenidos de carácter informativo aunque no la practiquen con normalidad, puesto que las prácticas irresponsables muchas veces vienen impuestas por las diversas líneas editoriales que buscan subrayar o destacar unos aspectos determinados del acontecimiento noticioso, traducéndose esta actuación en términos de manipulación y, en última instancia, de modulación de la opinión pública (Sádaba, 2008).

En este sentido, relacionándolo directamente con el segundo y tercer nivel de *Agenda Setting*, McCombs define *framing* como la construcción de una agenda con un número determinado de atributos temáticamente relacionados, para crear una imagen coherente de un objeto específico (McCombs y Ghanem, 2001), que tendrá un efecto específico sobre la opinión pública. Siendo así, el proceso de elaboración de la información implica para los medios, además de la selección temática, también el encuadre y el enfoque de los acontecimientos noticiosos, así como la jerarquización de esa información dentro de una agenda informativa global, reinventando de alguna manera la realidad sobre la que buscan informar, y recreando la realidad acerca de la que la audiencia busca informarse.

Estas premisas podrían sugerir una asimilación del *framing* como parte integrante del establecimiento de agenda, asociándolo con los niveles que estudian la selección de atributos

dentro de las noticias y lo que eso representa en las cabezas de las personas como efecto final. Y hasta cierto punto el *framing* puede ser interpretado como el mecanismo a través del cual tiene lugar el segundo nivel de la *agenda setting*. Sin embargo, Sádaba (2006) considera que el *framing*, como teoría integral y diferenciada, se sitúa en el ámbito de la creación de las noticias más que en sus efectos. Es decir, que mientras que la *agenda setting* está relacionada con la transferencia y la accesibilidad, el *framing* tiene que ver más con la interpretación del mundo. Por su parte, Weaver (2007), aun aceptando la convergencia existente entre ambas teorías, expone que el framing incluye unos procesos cognitivos más amplios, como evaluaciones morales, razonamiento causal, principios que sustentan las ideas y recomendaciones para el tratamiento de los problemas. En otra línea, el propio Entman llega a considerar el *framing* como una “macro-estructura” que avanza en lo teórico respecto a lo aportado por el establecimiento de agenda que, por su parte, podría entenderse como parte integrante del desarrollo del *framing*, contradiciendo lo planteado anteriormente. Esto podría interpretarse de su definición de *framing* como “el proceso de selección de unos pocos elementos de una realidad percibida ensamblándolos mediante una narrativa que los muestra de tal manera que se promueva una determinada interpretación particular” (2007, p. 163).

Con este repaso teórico, a nivel general, podría quedar claro que, pese a las claras convergencias, la *Agenda Setting* se enfoca más en la selección y jerarquización temática y de atributos que determina sobre *qué* pensar, mientras el *Framing* establece los mecanismos de presentación de los tópicos que sugieren *cómo* pensar, desde un punto de vista más sociológico e integral, y otorgando además un papel más activo a la audiencia. De manera más específica, el *Framing* puede entenderse finalmente como un proceso dinámico e interactivo que involucra todas las instancias de la comunicación para proponer un modo particular de pensar acerca de los temas y actores, frente a la *Agenda Setting*, que nace y se desarrolla como una teoría de efectos de los *mass media*. Según el establecimiento de agenda los medios fijan una serie de *asuntos, aspectos o actitudes* en las mentes de la audiencia, mientras que el proceso de encuadre, como teoría nacida fuera del seno de los estudios en comunicación, trasciende el ámbito de los medios, pues está presente en la elaboración de las noticias y en los textos noticiosos, pero también en los esquemas de cognición y percepción de las audiencias, así como en la propia cultura, donde existe un mundo compartido de patrones cognitivos, de percepción e interpretación que condiciona el vínculo entre la producción y la recepción de las noticias.

Centrando ahora sí la atención en el *framing*, se procurará enfocar este trabajo desde una perspectiva que atienda al modo en que los medios construyen sus contenidos, pudiendo influir

sobre la opinión pública reafirmando posiciones y modos de pensar sobre ciertos temas, más que modificándolos, algo que dificultaría la propia disonancia cognitiva. En este sentido, Shoemaker y Reese (2011) sugieren que los contenidos de las noticias nunca constituyen un reflejo objetivo de la realidad, sino que son construcciones sociales, y como tal, suponen el reflejo de las experiencias, personalidades y conocimientos de las personas que los crean. Según esta premisa, el encuadre podría considerarse de igual manera como pre-existente en las mentes de los informadores, editores y creadores de contenidos en general, entendiéndose como una mala suerte de marco cognitivo que influencia toda información mediada (Brüggemann, 2014). En esta línea, Shoemaker y Reese identifican cinco factores específicos que pueden generar influencias dentro de los contenidos mediáticos: ideología, fuerzas externas de los medios, factores organizativos, rutinas del trabajo periodístico y características individuales. Entre estos, la ideología destaca como el factor más poderoso, entendida como un sistema de significados y valores particulares que pueden abstraerse como una visión del mundo. La ideología siempre ha sido un fuerte factor de influencia en los procesos de enmarcado de la realidad que las rutinas informativas imponen, promovidos casi siempre por los intereses de los propios medios y de las élites (Tuchman, 1978).

Siendo así, se entiende que los marcos noticiosos en todo caso son el resultado de los procesos de producción de contenidos, así como de los factores de influencia que entren en juego en ese proceso. Los cuadros de noticias se convierten así en la extensión de las rutinas de periodismo, ya que los periodistas buscan empaquetar información para ajustarse a su ideología, a sus normas profesionales y a las expectativas del público. De esta manera, como se viene exponiendo, los *frame* asignan y destacan atributos de los temas y personas en las noticias para promover una solución particular (Entman, 2004). Basándose en estas premisas, Sádaba (2008) sugiere que la finalidad del *framing* consiste en ofrecer soluciones a las prácticas de los medios en lo referente al objetivismo informativo, debido al poder que poseen estos a la hora de generar y alterar la opinión pública; dado que la percepción de la realidad continuamente pasa por la percepción mediática, que afecta a cómo los individuos interpretan la realidad simbólica. Según este autor, los ciudadanos utilizan lo que acaban de ver en las noticias en relación a un acontecimiento determinado, para establecer el pensamiento acerca lo que ellos mismos consideran que debe suponer ese acontecimiento.

No obstante, tal y como Corral-García y Fernández-Romero (2015) explican, una vez obviada la capacidad inherente de los medios para enmarcar y transmitir unos atributos y unas ideas determinadas en el ejercicio de su labor informativa, el problema principal radica en el

conocimiento y el sentimiento que el receptor tiene sobre el tema informado, dado que, como se ha señalado sobre estas líneas, el poder de influencia del *framing* es reforzar actitudes previas más que modificarlas, pero para ello deben existir previamente esas actitudes. Y el peligro en este sentido es que, si dicho receptor no posee una experiencia previa respecto al tema del que se informa, el *frame* podría cubrir toda su ausencia, no sólo informando acerca de un acontecimiento determinado, sino al mismo tiempo trayendo a colación todos los símbolos que la información contiene (Sádaba, 2008). Y en relación al conocimiento que los ciudadanos europeos, y muy especialmente los españoles, tienen acerca del mundo árabe en general, e islámico en particular (dado que la mayor parte de los refugiados y solicitantes de asilo en la actualidad europea son de origen musulmán), se hace necesario concluir que éste es más bien pobre, e infundado muchas veces, directa o indirectamente por los discursos de los propios medios informativos (Corral-García y Fernández-Romero, 2015). Siendo así, no cabe duda del papel omnisciente de los medios en su función generadora de símbolos y realidades acerca de lo islámico; y, por ende, la necesidad de estudiar el uso que estos medios hacen de su función informativa respecto a la crisis migratoria europea, y los encuadres que emplean para representar a esos migrantes y/o refugiados.

2.2. *Visual framing: enmarcando la realidad con imágenes*

Como se viene desarrollando, el *framing* ha sido identificado por la comunidad científica como la estrategia que medios y periodistas emplean en su práctica habitual, para denotar y dar una mayor relevancia a unos aspectos determinados de los acontecimientos noticiosos, al tiempo que se minimizan otros. Los investigadores han demostrado en repetidas ocasiones que los medios informan acerca de los eventos de la realidad de una manera específica, seleccionando y enfatizando ciertas cuestiones, y sugiriendo que el contenido de las noticias no es una entidad independiente de la influencia ideológica (Fahmy, 2010; Gamson, Croteau, Hoynes, y Sasson, 1992; Tuchmann, 1978). En esta línea, Entman (1993), como ya se ha visto, define *framing* como la “selección y enfatización de algunos aspectos de una realidad percibida” (p.52). En otras palabras, esto quiere decir que los medios de comunicación establecen de manera activa los marcos de referencia que la audiencia usa para interpretar y discutir los eventos públicos (Tuchman, 1978). Así, desde un punto de vista teórico, un análisis del marco visual ofrecerá un marco para examinar cómo los medios de comunicación encuadran y clasifican los eventos sociales, así como que acontecimiento y qué aspectos de esos acontecimientos están incluidos o excluidos (Entman, 1991).

Pero centrando la atención en la imagen como instrumento de renovado valor informativo, se debe aclarar que, al igual que la palabra, esta puede funcionar como un dispositivo de encuadre, ya que también hace uso de distintos recursos formales y herramientas retóricas (Rodríguez y Dimitrova, 2011). De hecho, con frecuencia la imagen se presta al encuadre, así como a los principales métodos de enmarcado como el énfasis de atributos y la equivalencia, de mejor manera y más eficazmente que el texto (Bock, 2017, mayo). Messaris y Abraham (2001) indican que lo visual se presta al uso de encuadres incluso con mayor eficacia que el propio texto, debido a su poder simbólico. Según estos autores, cuando tiene lugar una confrontación entre la imagen y la palabra, los marcos visuales suelen ganar. Y esta afirmación cobra mayor sentido cuando lo que se enfrenta al texto es una fotografía, ya que ésta, por su iconicidad, casi siempre parece más cercana a la verdad. Por esta razón el espectador suele considerarla una suerte de evidencia, de porción de realidad (Messaris y Abraham, 2001; Vásquez Rocca, 2007), pasando por alto la posibilidad de que pueda ser, de igual manera, una construcción artificial que encuadre y enfatice ciertos elementos por encima de otros a través de múltiples técnicas como la selección, el recorte, o el retoque digital.

Según Rodríguez y Dimitrova (2011), existen evidencias más que considerables que demuestran cómo las prácticas fotográficas pueden manipular la realidad, a través de técnicas elaboradas como la escenificación, o de otras más simples como la selección o el propio encuadre fotográfico, eligiendo una imagen sobre otras, seleccionando una vista particular de la realidad, así como un plano, un punto de interés y una angulación determinada. Todos estos recursos fotográficos tienen un carácter retórico, que más allá de ser meros elementos estilísticos, estéticos o compositivos, dotan de un carácter simbólico y psicológico a la imagen, y así el mensaje implícito se ve enriquecido con un contenido ideológico añadido (Bock, 2017, mayo). En este sentido, por ejemplo, los planos más cortos podrían expresar una relación social más cercana o personal con los sujetos retratados, así como una mayor sensación de proximidad entre el personaje y el espectador; por el contrario, los planos más largos podrían dar sensación de alcance, contexto y distancia pública (Rodríguez y Dimitrova, 2011). De igual manera, una fotografía que centra el punto de interés en el rostro de un sujeto podría sugerir un carácter más astuto y ambicioso del mismo, mientras que las imágenes que muestran de manera más prominente el cuerpo de los personajes tienden a sugerir ideas más emocionales y menos intelectuales acerca de los personajes retratados (Archer, Iritani, Kimes, y Barrios, 1983).

Obviando el potencial de la fotografía para enmarcar la realidad de manera sugerente y persuasiva gracias a su inherente iconicidad, se debe señalar además que la imagen

frecuentemente llama más la atención y resulta más accesible y agradable para el público que el texto (Zillmann, Gibson y Sargent, 1999). Esto la convierte en la herramienta ideal de encuadre y de transmisión de ideas y percepciones, frente a un espectador que se torna aún más vulnerable. Por todo esto, según Coleman (2010), dentro de los contenidos de carácter noticioso, la imagen puede producir efectos de tipo cognitivo y/o afectivo sobre el público, que pueden ser perniciosos cuando los medios usan unos encuadres específicos que, consciente o inconscientemente, transmiten al público unas ideas negativas. Y esto se debe principalmente a que, además de ser más agradable frente a la palabra, la imagen también requiere un menor esfuerzo mental por parte del espectador, lo que hace que las audiencias puedan ser más propensas a aceptar los marcos visuales sin un gran cuestionamiento. Por esa misma razón los encuadres visuales podrían ser además recordados con mayor facilidad que los textuales (Muñiz, Igartua, y Otero, 2006; Rodríguez y Dimitrova, 2011). Después de todo, el reconocimiento y la interpretación de una imagen no requiere de la asimilación previa de ciertas reglas o normas representacionales, como la gramática. Así se puede considerar que, aunque el texto puede ser más preciso y explícito, pudiendo detallar y explicar relaciones de causa efecto; en verdad (y quizás precisamente por eso) a través de la imagen el mensaje se hace más fácil de leer, de comprender, y de digerir, aunque la interpretación pueda no ser la correcta. Y así el proceso comunicativo y la persuasión, en su caso, se realiza de manera más práctica, más eficaz y más inmediata (Coleman, 2010). En este sentido, en relación con el caso que aquí concierne se concluye que, cuando la fotografía es usada de manera tendenciosa y como primera vía de información, suplementaria muchas veces del texto, y los marcos visuales que transmiten asocian a determinados grupos sociales con atributos negativos, esos grupos pueden verse simbólicamente perjudicados por su representación visual en los medios.

No obstante, hay que señalar que las imágenes son en cierta medida diferentes de las palabras, a partir de las que la gente entiende y evalúa significados. En este sentido, Messaris y Abraham (2001) sugieren que las características formales distintivas de las imágenes visuales frente al discurso (como la falta de una sintaxis proposicional explícita), desempeñan una función diferente en el proceso de encuadre. En concreto, como se viene desarrollando, debido a la cualidad icónica y de semejanza de la realidad de la propia fotografía, las personas son menos propensas a ser conscientes del encuadre visual que del encuadre verbal (Mandell Y Shaw, 1973).

Así, en el contexto del encuadre visual, y más en la Sociedad de la Información, donde la abrumadora infoxicación experimentada por las audiencias deriva hacia un consumo más

inmediato a la par que visual, la presencia de una imagen en los medios informativos, así como el propio contenido de esa imagen, puede ayudar y orientar la interpretación de un evento noticioso (Entman, 1993). Y en las prácticas periodísticas modernas, desafortunadamente, el proceso de selección en la elaboración de contenidos de noticias visuales y su exhibición al público parece ser inevitable (Messaris y Abraham, 2001).

En esta línea, Fahmy (2010) señala que los fotoperiodistas trabajan dentro de un contexto institucional que determina su práctica periodística, por lo que las fotografías de noticias se entienden como productos mediatizados, mediados y mediatos (que no inmediatos), y socialmente contruidos. En este sentido, una fotografía final, aun con fines documentales y/o informativos, será en todo caso una representación, un corte, una mirada parcial, una rebanada escogida; pero no es nunca la realidad, aunque pudiera parecerse a ella (Vásquez Rocca, 2007). Y cuando los marcos visuales dominan la narrativa de un evento noticioso específico, indican que la mayoría del público objetivo será más susceptible de llegar a una comprensión congruente de ese evento, pero siempre relacionada con el encuadre marcado. Al respecto la literatura científica indica que las fotografías de noticias tienden a tener un impacto mayor en las percepciones del público, provocando respuestas afectivas y aumentando los niveles de preocupación por los problemas cubiertos. En este sentido, Fahmy, Cho, Wanta y Song resolvieron en 2006, a través de un modelo de análisis de la trayectoria en las respuestas emocionales predichas al ataque terrorista del 11 de septiembre de 2001, que la capacidad de recordar imágenes dramáticas por parte de la sociedad occidental aumentó, y el propio recuerdo visual de las imágenes del 11-S y las emociones que estas producían, a su vez, influían significativamente en las preocupaciones de la opinión pública sobre el terrorismo.

En conclusión, se resuelve que las imágenes pensadas como informativas, desarrollan un papel de gran relevancia dentro de los contenidos noticiosos, ejerciendo en la mayor parte de los casos una influencia determinada, de tipo afectivo y/o cognitivo, sobre el público objetivo en primera instancia, y sobre la opinión pública en último término. Sea cual sea el caso, la imagen siempre ayuda a que el soporte mediático sea más atractivo visualmente y, al mismo tiempo, más comprensible para la audiencia. En el caso de acompañar esta imagen al texto informativo, no solo lo complementa, sino que además aporta datos adicionales que refuerzan en encuadre noticioso predeterminado y, en muchas ocasiones, toman el protagonismo de la lectura, que se torna en completamente visual, ya que la imagen transmite ideas que muchas veces no se pueden plantear textualmente. En suma, las noticias que se conforman por información textual y visual se hacen más accesibles e inteligibles y generan un mejor recuerdo sobre el público

(Zillmann, Gibson, y Sargent, 1999). No obstante, la fotografía en el ámbito periodístico es continuamente utilizada de manera tendenciosa, más que para informar o documentar una noticia, para transmitir una idea específica, muchas veces difícil de explicar mediante el discurso (Messaris y Abraham, 2001). Esta idea se ve potenciada además por la predisposición del espectador, que rara vez tiende a cuestionar la información recibida a través de imágenes, presuponiendo a la fotografía como fiel representación de la realidad. Siendo así, no se debe dudar de la capacidad de la imagen para producir efectos cognitivos y afectivos, y para establecer una determinada visión de la realidad en la mente de las personas, dado que para éstas es más sencillo pensar y recordar en imágenes que en discurso (Coleman, 2010). Para terminar, se debe señalar que, en el caso de la noticia generada a partir de la suma de texto e imagen, esta última no siempre será pensada con la función de reforzar el encuadre ofrecido en la información textual, sino que muchas veces será empleada para ofrecer un punto de vista diferente al del texto, complementario o totalmente ajeno; aprovechando la capacidad fotográfica para expresar y transmitir información difícilmente transmitida a través de otra vía. De cualquier modo, sea la fotografía usada con una u otra intencionalidad, se habrá de atender a su poder para generar persistentes recuerdos, como elemento memorístico, pero también, al mismo tiempo, efectos cognitivos y afectivos sobre sus observadores (Zillmann, Gibson, y Sargent, 1999).

3. REVISIÓN DE LA LITERATURA

3.1. *El análisis de los marcos visuales en estudios precedentes*

El campo de la investigación en comunicación visual es relativamente reciente y aún por acotar, debido a su carácter interdisciplinar y a la dificultad de aplicación de una metodología concreta, todavía poco definida. Uno de los estudiosos de los marcos visuales más prolíficos, Shahira Fahmy (2008), asegura que aun en la actualidad existe una vaga conceptualización general del *framing*, para el cual no existe una definición demasiado amplia y específica. Sin embargo, en la actualidad cuenta con una importante popularidad, sobre todo entre los estudiosos de los medios de comunicación, lo que no resulta extraño teniendo en cuenta la naturaleza cada vez más visual de la cultura mediática. Mary Angela Bock, en su comunicación presentada en el 67th Annual ICA Conference de San Diego (2017, mayo), asegura que haciendo una búsqueda rápida en Google Scholar se pueden encontrar casi diez mil artículos que citan el ensayo de Robert Entman, *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm* (1993). De todos estos,

según Elena Palacios (2015), tan sólo un 17% corresponderían a trabajos que se centrasen en la imagen como principal objeto de estudio, aplicando la teoría del *visual framing*.

Una de las razones principales por las que son tan escasos los trabajos que se centran en la imagen como objeto de estudio en comparación con el marco textual parece ser, precisamente, la carencia de un método claro y establecido sobre cómo se deben identificar los marcos visuales. Por este motivo, Rodríguez y Dimitrova (2011) examinan por primera vez las técnicas y métodos usados en diversos estudios de *visual framing*, y proponen un sistema de cuatro niveles de identificación y análisis de marcos visuales en los medios informativos. Estos son los niveles establecidos:

- *Nivel 1, La imagen como un sistema denotativo*: En este nivel se describen los elementos que se muestran y representan dentro del cuadro visual.
- *Nivel 2, la imagen como un sistema estilístico-semiótico*: Este nivel trata de analizar los modos en que se representan los elementos.
- *Nivel 3, la imagen como un sistema connotativo*: Este nivel atiende a los símbolos y elementos implícitos presentes, de carácter más interpretativo; es decir, lo que simboliza la imagen y los elementos que contiene.
- *Nivel 4, la imagen como forma de representación ideológica*: Este nivel estudia lo visual procurando descubrir la intencionalidad ideológica y el discurso latente en el cuadro; es decir, lo que el autor, el editor o el medio en cuestión pretende transmitir con la imagen.

Por su parte, y usando esta tipología de análisis de los marcos visuales aportada por Rodríguez y Dimitrova, Bock (2017, mayo) lleva a cabo una revisión de 132 escritos científicos que incorporan el concepto de *visual framing*, elaborando una clasificación de estudios según el nivel de enmarcado visual en el que se centran. El resultado de este trabajo es que la mayor parte de los estudios (93 de 132) aplican los niveles 1 y/o 2, los objetivos, denotativos, y estilístico-semióticos; siendo considerablemente escasos los que analizan la imagen como sistema connotativo o como forma de representación ideológica.

No obstante, pese a la escasez de trabajos centrados en la comunicación visual y a la carencia de una conceptualización definida del *visual framing*, sin duda, son muchos y muy variados los temas que se han afrontado desde este marco teórico (Rodríguez y Dimitrova, 2011). El mismo Shahira Fahmy ha dedicado gran parte de su trabajo a investigar la cobertura visual que los distintos medios realizan de conflictos como la guerra de Irak (Fahmy y Kim, 2008) o la guerra

de Afganistán (Fahmy, 2010), llevando a cabo estudios interculturales en los que identifica diferencias entre medios británicos y estadounidenses, o entre medios occidentales y árabes. En la línea que aquí concierne, la del tratamiento de los migrantes, es necesario destacar los estudios de Igartua y Muñiz que, aunque la mayor parte se centran en el análisis textual (Igartua, Muñiz, Cheng, Humanes, Mellado, Medina, y Erazo, 2004; Igartua, Muñiz, Otero, y De la Fuente, 2007), también son diversos los trabajos cuyo objeto de estudio es la imagen de los migrantes en la prensa española (Muñiz, Igartua, y Otero, 2006). Pero dada la vigente relevancia del migrante de origen musulmán en la agenda pública occidental, en los últimos años el *visual framing* también viene sirviendo como base teórica para estudiar la representación del mundo islámico en los medios, (López, Otero, Pardo, y Vicente, 2010), así como la imagen de la mujer árabe en particular: tanto de la mujer afgana por Associated Press (Fahmy, 2004), como la representación de la mujer musulmana en CNN y AL-Jazeera durante las primaveras árabes (Dastgeer y Gade, 2016), o algo mucho más contemporáneo, como la imagen de la mujer musulmana en redes sociales como Instagram (Leide, 2017, mayo). En cuanto a la figura del refugiado de manera más específica, pueden destacarse el trabajo de Perreault y Paul (2017, mayo), quienes también analizan la representación de los refugiados sirios en redes sociales, en esta ocasión Facebook; así como las investigaciones de López del Ramo y Humanes (2016), y de Hellmueller, y Zhang (2017, mayo), que analizan los marcos visuales de los migrantes y refugiados en medios informativos durante la vigente crisis de refugiados de Europa y del Mediterráneo. A continuación se aportará un ligero repaso de estos estudios previos, los que han ayudado a conformar una base desde la que afrontar el presente trabajo de investigación, centrado en el análisis de los actuales marcos visuales de los refugiados y migrantes en los medios occidentales europeos.

3.1.1. La imagen de los refugiados y migrantes a través de los medios europeos

Hasta la década de los setenta, los estudios dedicados a la representación de las minorías étnicas y sociales en los medios de información eran muy reducidos. Desde entonces, el interés por los procesos migratorios, y el enfoque que los medios transmitían sobre esta temática comenzaron a crecer exponencialmente debido al aumento de inmigrantes que estaba experimentando el mundo occidental. No obstante, la mayor parte de la investigación desarrollada en este campo hasta nuestros días, ha tenido lugar en Estados Unidos, y se ha enfocado esencialmente en el tratamiento mediático de los cinco principales grupos étnicos existentes en ese país: blancos, latinos, negros, asiáticos y nativos. En Europa el panorama no ha sido muy diverso, siendo los inmigrantes de origen latinoamericano y africano especialmente, así como los procedentes de

países de la Europa Oriental, los principales protagonistas de los estudios versados acerca de la cobertura mediática de la inmigración (Aguado, 1999).

Sin embargo, en la agenda informativa europea cada vez cuentan con mayor relevancia los migrantes de origen musulmán, debido a que la mayor parte de los desplazados que recibe Europa son de regiones del medio oriente, donde se gestaron las primaveras árabes y ahora tiene lugar uno de los mayores conflictos bélicos de las últimas décadas. Por esta razón se entiende necesario el estudio de la representación de estos grupos de migrantes en particular, con tan escaso protagonismo en la literatura científica occidental.

En el caso particular de España, se puede confirmar que no es hasta las últimas décadas, desde finales de los noventa, cuando este tipo de investigación ha prestado atención a los migrantes de origen musulmán, quizás porque el porcentaje de estas minorías siempre fue muy inferior al de las etnias gitanas y latinas. Sin embargo, desde entonces la representación de los grupos árabes en los medios españoles ha ido en aumento, centrándose esencialmente en las minorías de origen magrebí y/o subsahariano, tal y como apuntan Muñiz, Igartua y Otero (2006). Estos autores, a través de un análisis de contenido de las imágenes relacionadas con la inmigración, ofrecidas por los principales periódicos generalistas de España, concluyen que, aun existiendo claras diferencias de tratamiento en los distintos diarios, en función, sobre todo, de su línea editorial; todos ellos tienden, en líneas generales, a presentar el fenómeno inmigratorio como el de un colectivo, sin centrarse en casos particulares, y sin contextualizar debidamente. En suma, las figuras que aparecen en las imágenes en calidad de inmigrante, por norma general, son representadas desarrollando actividades de carácter negativo, y frecuentemente con ángulos más negativos que los ciudadanos españoles. Ya en 2004, un estudio comparativo de los principales diarios españoles resolvía que la mayor parte de los éstos, en mayor o menor medida, tratan a los inmigrantes como un “problema” o una “amenaza” para el orden y el bienestar de nuestra sociedad (Igartua, Muñiz, Cheng, Humanes, Mellado, Medina, y Erazo, 2004).

En esta misma línea, Igartua, Muñiz, Otero y De la Fuente (2007), a través del estudio de 458 unidades de análisis recopiladas de los informativos televisivos de *prime time*, y de los principales diarios españoles, de enero a junio de 2004, concluyeron que la mayoría de las noticias relacionadas con la inmigración aludían a acontecimientos negativos, desde la perspectiva de los propios inmigrantes, siendo el enfoque temático más dominante el que asocia a estos con delincuencia. En suma, las imágenes que ofrecían los diarios, a grandes rasgos reflejaban acontecimientos de carácter negativo y/o dramático. No obstante, los autores

destacan el medio televisivo como el medio que presenta un mayor grado de sensacionalismo, frente a la prensa, cuyo tratamiento informativo es sutilmente más serio y riguroso. Yendo más lejos, estos autores comprobaron, además, de manera experimental, que los diversos encuadres de la inmigración conducían a procesos de “canalización cognitiva”, y generaban percepciones más o menos positivas o negativas respecto a esas minorías, en relación al encuadre y al tratamiento de la información. En este sentido, Van Dijk (1997) sugiere que los productores de mensajes poseen siempre una responsabilidad sobre el producto construido, ya que este contribuye de una u otra manera a la creación o la modulación de la opinión pública, y en lo relativo a temas como el de la migración, esa influencia podría traducirse en términos de reforzamiento de ciertas creencias, ideologías y actitudes previas que, ocasionalmente, evolucionen en prejuicios y conductas racistas e intolerantes. Por esta razón los responsables de los medios de comunicación deberían difundir un mayor número de noticias positivas acerca de las minorías étnicas, y evitando hacer uso de términos que puedan reforzar los prejuicios y los estereotipos, con el fin de evitar que predominen las perspectivas negativas sobre los inmigrantes (Igartua, Muñiz, Otero y De la Fuente, 2007).

No obstante, y aunque muchos estudios indican que las minorías sociales suelen ser representadas por los medios occidentales de una forma negativa y mayoritariamente prejuiciosa, en el caso de los refugiados de origen musulmán, aun tratándose de una minoría étnica con carácter migratorio, excluida y marginada; por su especificidad y complejidad podría presentar diversas soluciones en relación a su tratamiento.

De entrada, la cobertura de estos grupos ha sido, hasta los últimos años, sustancialmente menor que el de otros tipos de inmigrantes, con mucha más presencia en los medios. Por otro lado, en relación a los contenidos y los temas cubiertos, siguiendo en la misma línea que los estudios citados, Corral-García y Fernández-Romero (2014) señalan que las categorías que establecen la agenda mediática española en torno al norte de África y el mundo arabo-islámico con más frecuencia son las relacionadas con guerras, terrorismo, polémicas, tragedias, represión, violaciones o muertes; con la excepción de Marruecos y el Sáhara Occidental, lugares geográficos que con el tiempo han llegado a constituir una categoría temática más. Según estos autores, el interés académico y mediático en Occidente sobre el mundo árabe ha proliferado de manera ingente desde los atentados del 11 de septiembre de 2001, y más particularmente en España, desde los vividos el 11 de marzo de 2004, lo que indudablemente ha propiciado que la violencia y el terrorismo se haya convertido en lo más representativo y simbólico de una colectividad aún desconocida por la mayoría de los europeos; situación que además se ha visto

agravada con los periódicos actos terroristas que ha venido sufriendo en los últimos tiempos la Europa Occidental, y de los cuales los medios han hecho una amplia cobertura. En otra línea, Corral-García y Fernández-Romero ponen suma atención en el léxico empleado por la mayoría de los medios, que continuamente atribuyen ese tipo de actos violentos a colectivos de origen musulmán, más que a grupos o individuos explícitamente terroristas. Los autores, que se centran en la cobertura de la revolución tunecina por los medios españoles, basan su estudio en el antecedente de la proliferación de discursos orientalistas en occidente, entendiendo el concepto de orientalismo como una forma regularizada de escribir, ver y estudiar la civilización oriental a través de imperativos, perspectivas y prejuicios ideológicos, basada además en la interpretación eurocentrista y occidental; así como en el marco de la islamofobia, concepto que se relaciona con el temor o los prejuicios hacia el mundo árabe, el Islam, los islamistas, lo islámico, y los musulmanes en general, sin establecer unas divisiones y unas acepciones claras respecto a ninguno de esos términos (Maataoui, 2006; Said, 2011). Sin embargo, a través del análisis de la cobertura periodística de dicha revolución, a través de los 4 principales diarios españoles, Corral-García y Fernández-Romero concluyen que estos medios tienden a cubrir con mayor frecuencia los asuntos de carácter político y/o social que los de carga explícitamente violenta o dramática. En suma, la mayor parte de los discursos tienden a enfatizar el sentido democrático de las mismas, en contrapartida con la idea islamófoba previa, que asociaría a los protagonistas musulmanes con prácticas agresivas y antidemocráticas.

Y centrando ya el análisis en la comunicación visual, Gregory P. Perreault y Newly Paul, en su trabajo presentado en el 67th Annual ICA Conference (2017, mayo), estudian la representación visual de los refugiados sirios en particular, a través del grupo de Facebook de periodismo ciudadano: “Humans of New York”. Estos autores, a partir del análisis de 51 imágenes, concluyen que, frente a la supuesta imagen negativa de los refugiados ofrecida por los medios de comunicación, en ciertas páginas alternativas como “Humans of New York”, que no se atienen a normas y rutinas tradicionales y de líneas editoriales dominantes, el refugiado sirio es mayoritariamente representado como un sujeto hábil, normalizado y adaptado a la sociedad americana.

No obstante, aunque pudiera esperarse que las imágenes de los medios convencionales tiendan a marginar y deshumanizar a los refugiados y migrantes, tratándoles frecuentemente como una amenaza (Bansak, Hainmueller, y Hangartner, 2016; Esses, Veenvliet, Hodson, y Mihic, 2008), esta premisa no tiene por qué cumplirse en todos los casos y contextos. Al respecto cabe destacar la investigación de López del Ramo y Humanes (2016), quienes estudian la

representación fotográfica de la crisis de los refugiados sirios en Europa central, a través del análisis de contenido de 195 piezas pertenecientes a los principales periódicos, revistas, y portales de noticias del continente europeo. Entre las principales conclusiones de esta investigación destaca, frente a lo esperado, la neutralidad de las imágenes, así como la carencia de escenas violentas explícitas, de cargas dramáticas, de patrones fijos y de estereotipos exagerados. Según los autores, la visión general que se transmite al respecto es esencialmente tranquila, sosegada y más bien realista en cuanto a su modo de captación fotográfica. En total contraste con las referencias aquí citadas acerca del tratamiento informativo de las minorías y de la inmigración, que continuamente relacionan a esos grupos con perspectivas negativas y sensaciones adquiridas de temor y preocupación, López del Ramo y Humanes resuelven que las imágenes relacionadas con la crisis de los refugiados sirios, ofrecidas por los principales medios digitales de Europa, transmiten una visión solidaria a favor de los protagonistas, y revelan las dificultades sufridas tanto por ellos como por los países de tránsito y/o de origen, pero de manera moderada y sin abusar de una exageración o un maniqueísmo retórico.

Otro de los análisis visuales más recientes acerca de la crisis de migrantes y refugiados en Europa y el Mediterráneo es el desarrollado por Lea C. Hellmueller y Xu Zhang (presentado en el 67th Annual ICA Conference, 2017, mayo). Estos autores estudian los marcos visuales dominantes en la cobertura informativa que realizan dos de los principales medios en Europa: CNN International y Der Spiegel. El análisis se centró en identificar diferencias de cobertura visual entre ambos medios después de septiembre de 2015, fecha de publicación de la polémica fotografía del niño sirio muerto en las playas turcas, imagen que generó gran indignación en la opinión pública internacional. Los resultados del estudio de Hellmueller y Zhang revelan diferencias de tratamiento entre ambos medios, lo que denota la variabilidad de los marcos visuales según el contexto. Hellmueller y Zhang resuelven que, mientras CNN International tiende a emplear marcos visuales más humanizados de la crisis de refugiados tras la publicación internacional de la imagen del niño sirio, mostrando de cerca el sufrimiento de los migrantes; Der Spiegel, sin embargo, tiende a disminuir la presencia de refugiados en su cobertura visual a la vez que aumenta la presencia de agentes del orden público, transmitiendo la percepción de amenaza y de necesidad de ley y de control. Esto denota una mayor preocupación del medio alemán por el control de fronteras, frente a un mayor interés humano del medio internacional. El tratamiento visual de ambos medios resulta coherente y en consonancia con sus contextos, ya que, mientras los países anglosajones no se han visto tan sacudidos por una llegada masiva de migrantes y refugiados en los últimos años, Alemania se ha convertido en el país que más

solicitudes de asilo recibe anualmente, cifra que no para de aumentar, al tiempo que las manifestaciones anti-inmigración en las calles germanas.

Estas aportaciones suponen una nueva visión acerca de la complejidad y variabilidad de tratamiento que los medios pueden hacer de los refugiados y migrantes, y en especial de los de origen musulmán, como minoría étnica especialmente vulnerable de ser estigmatizada, estereotipada y demonizada. Atendiendo a estas premisas, se debe resolver que los parámetros de la cobertura informativa y los marcos visuales ofrecidos por los diversos medios occidentales se verán afectados y podrán variar en relación al medio, los temas y los acontecimientos analizados, así como a la evolución de la agenda informativa europea, a la evolución de la propia opinión pública, a la situación de los conflictos en tierras árabes, a la relación entre naciones, a las características demográficas de las distintas regiones a las que se adscriban los medios, e incluso a los contextos socio-políticos de los distintos países occidentales.

3.2. Actitudes hacia los refugiados y migrantes en Europa

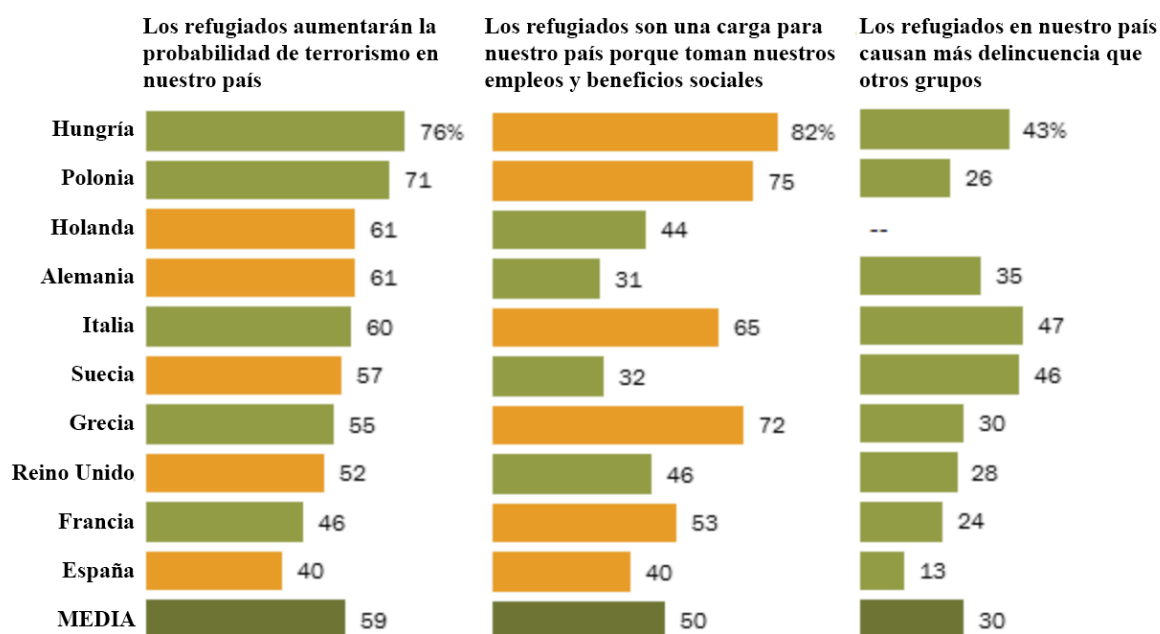
Como se viene analizando, la reciente llegada masiva de refugiados a Europa, sumado a la crisis económica que atraviesa este continente desde 2007, así como el aumento de la amenaza terrorista en el mundo occidental, ha potenciado un cambio de la opinión pública occidental, la cual ha ido modificando sus actitudes hacia los refugiados a medida que el problema se ha ido aproximando a fronteras europeas. El resultado parece haberse traducido en un incremento de los sentimientos anti-inmigración, alimentados muchas veces por la retórica de unos partidos conservadores cada vez más influyentes, y por el tratamiento informativo que realizan los medios occidentales (Igartua, Muñiz, y Cheng, 2005; Igartua, Muñiz, Otero, y De la Fuente, 2007; McCombs, 1996; Muñiz, Igartua, y Otero, 2006). Y dada la relevancia de esas percepciones en la sociedad europea, responsable y encargada directa de dar recepción a un gran número de desplazados, en un contexto socio-político-económico tan efervescente, sorprende sin embargo que, aunque son muchas las investigaciones que han estudiado las actitudes hacia los inmigrantes (Hainmueller y Hopkins, 2014), y hacia los musulmanes (Kalkan, Layman y Uslaner, 2009), en la actualidad aún sean escasos los estudios que centran su atención en la figura del refugiado en particular, procurando averiguar cuáles son las opiniones dominantes en las distintas poblaciones de acogida en el mundo occidental.

Una de las investigaciones de este tipo más recientes es la realizada en 2016 por el Pew Research Center, “Europeans fear wave of refugees will mean more terrorism, fewer Jobs”. Según este estudio, los sentimientos de los europeos hacia los refugiados, en plena crisis

migratoria de Europa y del Mediterráneo, son efectiva y predominantemente negativos en la mayor parte de los países occidentales, debido principalmente a que los encuestados identifican a esas minorías como una amenaza, ya sea de carácter económico o terrorista. Los resultados que arroja la investigación muestran que, en ocho de las diez naciones europeas encuestadas, más de la mitad de las personas opinan que los refugiados aumentan la probabilidad de terrorismo en su país.

Figura 2. Preocupación por la seguridad y las repercusiones económicas de la crisis de refugiados

■ **Primera opción**



Nota: Holanda fue excluida de la pregunta sobre crimen (Q51b) debido a un error administrativo

Fuente: Encuesta sobre las actitudes mundiales de primavera de 2016, Q51a-c. En Wike, R., Stokes, B., y Simmons, K. (2016); Europeans fear wave of refugees will mean more terrorism, fewer jobs. *Pew Research Center*, 11.

Según el informe del Pew Research Center, las actitudes negativas hacia los refugiados están relacionadas con nociones económicas, pero también con el terrorismo o el crimen, ya que los ciudadanos europeos perciben a los nuevos vecinos como una amenaza, tanto para la salud económica de su país y sus ciudadanos, como para la paz, el respeto y el bienestar social. Este estudio, además, resalta que en la gran mayoría de los países europeos predomina la opinión negativa de que los refugiados de origen árabe y musulmán quieren ser distintos de la sociedad de acogida, y no proclives a aceptar y adoptar la cultura y las costumbres dominantes, entendiendo así a los refugiados también como una posible amenaza a los valores simbólicos de los ciudadanos europeos.

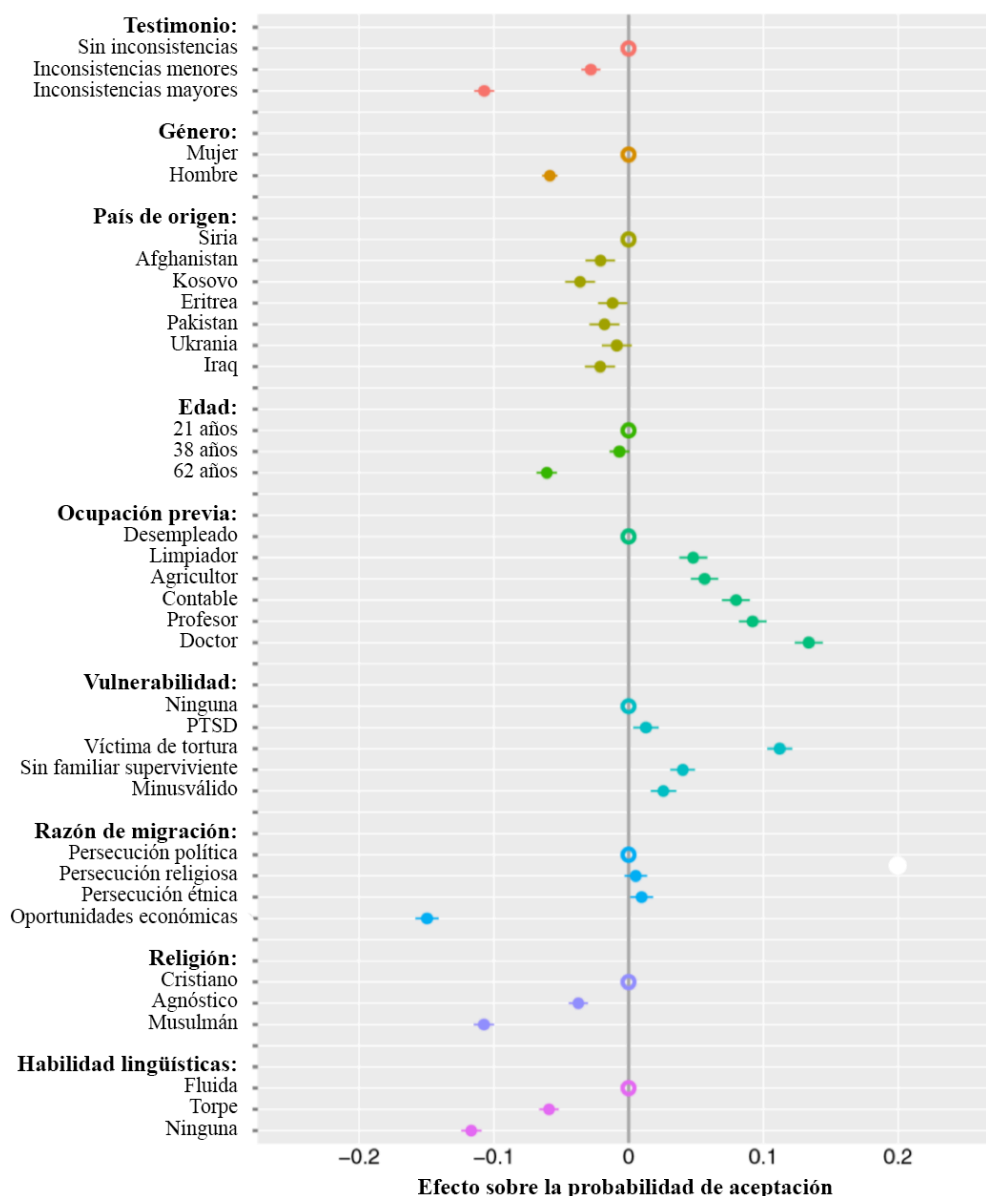
Pero esa noción del refugiado como amenaza para la sociedad anfitriona no es ni mucho menos actual. Ya en 2002, en un contexto post-11S, Schweitzer, Perkoulidis, Krome, Ludlow y Ryan realizaron un estudio para conocer cuáles eran las actitudes de los australianos frente a los refugiados, planteando que la percepción de las amenazas realistas o simbólicas estarían relacionadas con las distintas actitudes. Sus resultados indicaron una predominancia de las actitudes negativas hacia los refugiados, ya que más de la mitad de los participantes (59.8%) puntuaron por encima del punto medio en variables actitudinales como desaprobación, odio u hostilidad, y por debajo en ítems como admiración o simpatía. En suma, este estudio probaba que las personas que expresan actitudes negativas hacia los refugiados perciben a estas personas como una amenaza a la cultura (amenaza simbólica) y a los recursos económicos (amenaza realista) de su país. Tanto las percepciones de amenazas simbólicas como las de amenazas realistas acerca de los refugiados se relacionaban directamente con las actitudes negativas hacia esas minorías. Por último, la investigación reveló que las actitudes hacia los refugiados podrían estar influenciadas por el género, ya que los hombres puntuaron significativamente más alto que las mujeres en las actitudes negativas, así como en la percepción de los refugiados como una amenaza tanto realista como simbólica.

Pero si son pocos los académicos que han investigado las actitudes de los ciudadanos occidentales hacia los refugiados y migrantes, menos son los que han procurado diferenciar esas actitudes en base a los distintos tipos de desplazados que se pueden dar, y en un contexto global. Este es el caso de Bansak, Hainmueller y Hangartner (2016), quienes diseñaron un experimento para evaluar cuáles son los sentimientos y actitudes de los ciudadanos europeos hacia los distintos tipos de refugiados. Los resultados de su investigación demostraron que la percepción de los occidentales respecto a los solicitantes de asilo, y su apoyo y simpatía por acogerlos en sus países, depende en gran medida de los atributos y características del propio solicitante. Estas preferencias, a su vez, parecen estructurarse en relación a tres principales factores presentes en la opinión pública europea: las preocupaciones económicas, las preocupaciones humanitarias, y el sentimiento anti-inmigración y anti-musulmán.

De esta manera, según este estudio, los solicitantes de asilo que previamente han tenido los trabajos más cualificados (como doctores, médicos y profesores) producen mejores actitudes sobre los ciudadanos europeos, y son más propensos a ser más aceptados y mejor adaptados en los países de acogida que los migrantes que nunca han trabajado o que anteriormente han ocupado puestos no cualificados. De la misma forma, los solicitantes que hablan el idioma del país de acogida de forma fluida tienen mayor probabilidad de ser aceptados que los que no

hablan el idioma. También los solicitantes de asilo más jóvenes generan actitudes más positivas que los desplazados de mayor edad. Según los autores, estos resultados sugieren que las preocupaciones económicas juegan un rol importante sobre las actitudes hacia los refugiados, puesto que, en relación a sus características individuales, un individuo puede ser considerado como una carga o como una contribución económica para el país anfitrión.

Figura 3. Efectos de las características de los solicitantes de asilo sobre la probabilidad de aceptación por los ciudadanos europeos



Fuente: Bansak, K., Hainmueller, J., y Hangartner, D. (2016). How economic, humanitarian, and religious concerns shape European attitudes toward asylum seekers. *Science*, 354(6309), 217-222.

En términos de vulnerabilidad, aunque esta es la única variable en la que todos los casos puntuaron positivo, lo que denota la preocupación más humanitaria de los ciudadanos europeos,

los solicitantes que han sido víctimas de tortura son los que obtuvieron una mayor aceptación, frente a los minusválidos, o los que han perdido a sus familiares. En esta línea, los solicitantes de asilo que se desplazan por razones de persecución política, étnica o religiosa parecen ser aceptados, aunque con puntuaciones bajas, mientras que los que migran por razones económicas, buscando nuevas oportunidades, provocan las actitudes más negativas y reticentes en los participantes europeos, lo que vuelve a remarcar la importancia y la influencia de las preocupaciones económicas sobre las actitudes hacia los refugiados. Respecto a la noción religiosa, los resultados del estudio de Bansak, Hainmueller y Hangartner destacaron que los musulmanes generan una actitud significativamente más negativa que los agnósticos o los cristianos, mucho más propensos a ser aceptados en las posibles sociedades de acogida. Esta antipatía por los musulmanes podría haberse visto potenciada por el incremento en los últimos años de los actos terroristas en occidente atribuidos al mundo islámico, así como, al mismo tiempo, por la cobertura informativa que realizan de esos eventos los medios occidentales, reafirmando ciertas actitudes previas de la población europea.

El caso español, en particular, no difiere mucho del resto de europeos, y las actitudes hacia los refugiados y migrantes parecen de igual manera haberse vuelto más negativas en los últimos años, influenciadas por muy diversos factores. Y esta evolución se puede extraer de las encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), *Actitudes hacia la inmigración*. Según estos estudios, mientras que en 1996 existía una postura favorable mayoritaria de los españoles frente a inmigración, ya que ésta se concebía como necesaria y no excesiva, en 2014 la mayor parte de los encuestados indicaban que la inmigración en el país es elevada o excesiva (71.5%), y consideraban cuestiones muy importantes que el migrante esté dispuesto a adoptar el modo de vida español (31.4%), posea cualificación laboral (19.3%), y hable castellano (17.4%). Tal y como explica Cea D'Ancona (2004), en un estudio previo al inicio de la crisis migratoria europea, las actitudes de rechazo frente a la inmigración y los procesos de exclusión y discriminación pueden tener una explicación en muy diversos factores, como la situación económica, el contexto socio-demográfico, la ideología política, el nivel de contacto con las propias minorías, o la ya vista percepción de amenaza. No obstante, uno de los factores que más influencia parece tener en la actualidad a la hora de generar y/o reforzar ciertas actitudes discriminatorias a nivel colectivo, es la acción informativa y muchas veces narrativa de los medios, y el tratamiento sesgado y fragmentado que realizan de esa información (Van Dijk, 1997, Álvarez-Gálvez, 2014). Por esta razón, resulta cada vez más relevante conocer los distintos tipos de encuadres con los que los medios occidentales cubren e informan a la sociedad

acerca de estos temas, para así poder conocer mejor su posible contribución a la formación o refuerzo de ciertas actitudes hacia los refugiados y migrantes.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez desarrollada la revisión pertinente, a partir de la lectura crítica de la literatura científica existente acerca del objeto de estudio –la figura del refugiado y/o migrante y su representación visual en términos de *marcos visuales* en los medios europeos durante la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo–, solo resta plantearse los objetivos del trabajo de investigación, antes de elaborar el marco metodológico. En este sentido, el propósito inicial del presente estudio es el propio análisis de la cobertura visual que los principales medios europeos hacen de la figura del refugiado y/o migrante durante la vigente crisis migratoria. Así, a través del examen de las imágenes seleccionadas de unos medios informativos predefinidos, se plantea un objetivo general y otros objetivos específicos que son:

Objetivo general:

- La identificación y construcción de una tipología de marcos visuales específicos sobre refugiados y migrantes en medios europeos, a partir de la revisión cualitativa y del análisis del corpus etiquetado de las imágenes previamente seleccionadas, y atendiendo principalmente al nivel denotativo, estilístico y connotativo de representación gráfica (Rodríguez y Dimitrova, 2011). Con esta información y a posteriori del estudio de esos tres niveles, también se pretende extraer conclusiones acerca de la posible intencionalidad ideológica (cuarto nivel del *visual framing*) de los medios europeos, y su presupuesta influencia sobre la opinión pública europea respecto a la noción del refugiado y/o migrante.

El propósito a largo plazo de este trabajo es que el instrumento de análisis y la tipología de marcos visuales que aquí se defina puedan servir como base metodológica para futuras investigaciones sobre la representación de los refugiados y migrantes en Occidente, así como para una contribución inicial en el desarrollo de posibles herramientas automatizadas de identificación y clasificación de marcos visuales de refugiados y migrantes basadas en aprendizaje automático, y el entrenamiento de los supuestos algoritmos basados que puedan aplicarse. Estos clasificadores automáticos podrían ser útiles para conocer, a partir de grandes cantidades de imágenes, los encuadres desde los que se observa a estos actores en las distintas regiones y, por ende, las posibles actitudes hacia ellos y las posibilidades de asilo e integración de dichos sujetos.

Objetivos específicos:

- La detección y establecimiento de unos marcos visuales predominantes y concretos acerca de la figura del refugiado en los medios europeos; partiendo de la identificación de patrones de representación, en los que se destaquen y enfaticen unas características y atributos particulares. Dichos marcos de representación serán identificados en 3 niveles de análisis de atributos: el estilístico, el denotativo, y el simbólico o connotativo. Se prestará una mayor atención al nivel simbólico y/o connotativo, como resultante y derivado de los elementos estilísticos y denotativos.
- La identificación de posibles diferencias en los modos de representación del refugiado y/o migrante entre cada uno de los marcos connotativos definidos.
- La identificación de posibles diferencias entre los marcos visuales predominantes en los medios alemanes –país de referencia por ser el más sacudido por el conflicto migratorio en la Europa Occidental– y en el resto de medios europeos analizados.
- La identificación de posibles diferencias y modificaciones temporales en los marcos visuales predominantes en los medios europeos y los elementos que destacan, a partir de dos períodos predefinidos: uno en el que se incluyen los años 2013 y 2014 (etapa primaria de la crisis migratoria del Mediterráneo), y otro desde 2015 (año en el que se agrava exponencialmente el conflicto migratorio en Europa), hasta el momento actual.
- El establecimiento de posibles conexiones y asociaciones de esos marcos visuales predominantes en los medios europeos con las actitudes hacia los refugiados y migrantes en Europa destacadas en Bansak, Hainmueller y Hangartner, 2016; y en Wike, Stokes, y Simmons, 2016.

5. HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Tomando como referencia las investigaciones previas acerca del objeto de estudio, y atendiendo fundamentalmente a la teoría del *visual framing* desde el análisis de los cuatro niveles planteados por Rodríguez y Dimitrova (2011), el presente trabajo pretende analizar los marcos de representación de los refugiados y migrantes en las fotografías informativas de los principales medios europeos durante la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo. Y para ello se plantean las siguientes preguntas de investigación:

RQ1. ¿Qué tipo de marcos visuales de los refugiados y migrantes difunden los medios europeos a través de sus fotografías?

RQ1a. ¿Qué patrones formales y estilísticos predominan en las fotografías sobre refugiados y migrantes que difunden los medios europeos?

RQ1b. A nivel denotativo, ¿dónde y cómo son mayoritariamente representados los refugiados y migrantes en las fotografías que difunden los medios europeos?

RQ1c. A nivel connotativo, ¿cómo son mayoritariamente representados los refugiados y migrantes en las fotografías que difunden los medios europeos?

Por otro lado, atendiendo a las consideraciones realizadas en la revisión teórica se ha podido comprobar que los medios (junto a otros factores de carácter socio-demográfico, político y económico) suelen tener una importante influencia sobre los sentimientos de los ciudadanos europeos frente a los refugiados y migrantes, como refuerzo de actitudes previas. Y en esta influencia actualmente juegan un papel trascendental los marcos visuales connotativos o simbólicos que difunden tales medios, los que vienen determinados por el conjunto de elementos denotativos que se destacan en cada imagen. De esta manera, en los últimos años parecen haberse incrementado los sentimientos negativos hacia los desplazados, a medida que el conflicto migratorio se ha ido agravando, lo que parece haberse visto acompañado por una cobertura mediática diferente a la de la etapa primaria de la crisis migratoria. Pero esta circunstancia no se da en todas las regiones europeas por igual, sino que las más afectadas por la llegada masiva de migrantes son las que han desarrollado actitudes más recelosas, en consonancia con la cobertura informativa que han venido desarrollando sus medios. Así, aunque no siempre (López del Ramo y Humanes concluyen que los medios europeos difunden una imagen tranquila, sosegada y realista de los refugiados y migrantes, en disonancia con los sentimientos predominantes en la sociedad europea), frecuentemente pueden apreciarse asociaciones entre la imagen de los refugiados y migrantes que ofrecen los medios, con las actitudes que prevalecen en los propios ciudadanos. En este sentido, Hellmueller y Zhang (2017, mayo) concluyen que CNN y Der Spiegel presentan divergencia en cuanto a su cobertura de la crisis migratoria, ya que, mientras el medio alemán transmite la percepción de amenaza y de necesidad de control (lo que se asocia con las actitudes negativas de los europeos reveladas por Bansak, Hainmueller, Hangartner, 2016; y con la percepción de amenaza simbólica y realista presente en la sociedad australiana que exponen Schweitzer, Perkoulidis, Krome, Ludlow y Ryan, 2005), en CNN se presenta una visión de tendencia más humanista. Esto se

traduce en que el medio alemán (adscrito al país que cuenta con la cifra record de solicitudes de asilo en Europa Occidental) tiende a difundir con mayor frecuencia un tipo de marco visual que representa al refugiado como una amenaza, a través de unos elementos denotativos específicos, como las características o prácticas de los propios migrantes o la frecuente aparición de cuerpos de seguridad (Hellmueller y Zhang, 2017, mayo). Frente a este, el medio internacional, más alejado del conflicto, tiende a difundir con mayor frecuencia un tipo de marco visual que representa al refugiado como una víctima, inocente y necesitada, mostrando de manera más directa el sufrimiento que estos colectivos padecen. Los autores revelan además diferencias de tratamiento en una escala temporal dividida en dos etapas, una previa a la publicación internacional de la polémica fotografía de Aylan, un niño sirio muerto en costas turcas, y otra posterior a ese acontecimiento ocurrido en 2015, y que supuso una prueba fehaciente del recrudecimiento que experimentaba el conflicto migratorio durante ese año. De esta manera, en relación a lo aquí argumentado, se plantean las siguientes hipótesis:

H1. Los marcos connotativos de los refugiados y migrantes que difunden los medios europeos a través de sus fotografías difieren respecto a los elementos denotativos que se destacan en ellas, como el tipo de actores, la cantidad de migrantes, el género de estos, la edad

H1a. Las fotografías que muestran a uno o varios actores tienden a representar al refugiado y/o migrante de manera positiva o como una víctima con mayor frecuencia que las imágenes en las que aparecen muchos actores. Por el contrario, las fotografías en las que aparecen muchos migrantes tienden a representar al refugiado y/o migrante como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que las que muestran a uno o varios actores.

H1b. Las fotografías que retratan a cuerpos de seguridad junto a los refugiados y/o migrantes tienden a representar a estos últimos como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que el resto de imágenes. Por el contrario, en las fotografías que no muestran a cuerpos de seguridad tienden a predominar marcos que representan al refugiado y/o migrante como una víctima o de manera positiva.

H1c. Las imágenes que retratan a migrantes de género masculino tienden a representar al refugiado y/o migrante como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que las que retratan a migrantes de género femenino. Por otro lado, las imágenes que retratan a migrantes de género femenino tienden a representar a los miembros de estos colectivos

como víctimas o de una manera positiva con mayor frecuencia que las imágenes en las que aparecen solo migrantes de género masculino.

H1d. Las imágenes de refugiados y/o migrantes tienden a representar a los niños como víctimas o de una manera positiva con mayor frecuencia que a los desplazados de mayor edad, los que, por otro lado, suelen ser representados con mayor frecuencia como una posible carga o amenaza.

H1e. Las fotografías en las que los refugiados y migrantes muestran algún tipo de práctica o manifestación religiosa, sea cual fuere el tipo de creencia, tienden a representar a estos como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que las fotografías en las que no se muestra tal manifestación. Por otro lado, las imágenes que no transmiten ningún tipo de manifestación religiosa tienden a representar con mayor frecuencia al refugiado y/o migrante como una víctima, o de una manera positiva.

H2. Los marcos visuales connotativos de los refugiados y migrantes que difunden los medios europeos difieren en relación a si el país de referencia se ve afectado en mayor o menor grado por el conflicto migratorio. En este sentido, los medios alemanes tienden a difundir con mayor frecuencia que los medios del resto de países analizados fotografías en las que se representa al refugiado y/o migrante como una posible carga o una posible amenaza; y con menor frecuencia fotografías en las que se representa al refugiado y/o migrante como una víctima o de una manera positiva, marcos cuya frecuencia tiende a ser mayor en los otros países.

H3. Los marcos visuales connotativos de los refugiados y migrantes que difunden los medios europeos difieren entre los dos períodos predefinidos de la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo. Durante el primer período (2013-2014), las fotografías tienden a mostrar el sufrimiento de los refugiados y migrantes, representándolos mayoritariamente como víctimas. Durante el segundo período (2015-2017), las fotografías de estos medios tienden a representar al refugiado y/o migrante como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia y menos como a una víctima respecto al primer período.

6. METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se enfoca desde el marco teórico del *framing* visual, y atendiendo a la imagen mediática de los migrantes en estudios previos, así como a las actitudes de los europeos frente a esos colectivos estigmatizados y en riesgo de exclusión. Partiendo de esa base, el análisis de contenido se utiliza en este caso como método para examinar la cobertura

visual que ofrecen los medios informativos europeos respecto a los refugiados y migrantes, durante la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo. Dicha metodología se presenta como la más conveniente para lograr los objetivos de este estudio, así como para responder a las preguntas de investigación y confirmar o refutar las hipótesis planteadas. El análisis de contenido es una de las herramientas más avaladas para analizar el tratamiento informativo en el ámbito mediático, dentro de las disciplinas de la sociología y la comunicología (Wimmer y Dominick, 1994) y, sobre todo, en relación a la teoría del *framing* visual. Esto se debe principalmente a que se trata de un procedimiento cuantitativo, estadístico, sistemático, y replicable (Neuendorf, 2002; Piñuel, 2002), que permite examinar las imágenes (al igual que los mensajes textuales) y establecer relaciones entre las distintas características que se identifiquen dentro de ellas; para así extraer resultados descriptivos, al mismo tiempo que sacar inferencias deductivas y correlacionales.

6.1. Muestra de contenidos

Para llevar a cabo dicho análisis, habida cuenta de la enorme cantidad de medios informativos existentes en todo el continente, y dado que la investigación aborda un asunto de trascendencia global, a priori se han tenido que determinar ciertos aspectos acerca de los contenidos que iban a formar parte del estudio. En primer lugar, el universo del estudio está formado por todos los contenidos informativos de medios europeos que contengan imágenes en las que aparezcan refugiados y/o migrantes durante la crisis migratoria del Mediterráneo. Más específicamente, se podría señalar como población de la presente investigación la totalidad de noticias, foto-reportajes y foto-ensayos (excluyéndose otro tipo de contenidos como breves o entrevistas), publicados desde 2013 (estableciéndose esta fecha como un inicio simbólico de la crisis para estudiar el fenómeno) en las versiones digitales de los medios de información general seleccionados, que se presenten o se acompañen de una o más fotografías en las que se retrate a refugiados y/o migrantes, y tengan presencia en *Google News*, como principal motor de búsqueda. Siendo así, la unidad de análisis queda predefinida como la fotografía informativa publicada por la versión digital de los medios europeos seleccionados en cualquiera de los contenidos citados, desde inicios de 2013 y hasta la actualidad, y que muestre retratados a uno o más refugiados y/o migrantes, ya sea como principal centro de interés o no; excluyéndose del estudio aquellas fotografías en las que no aparezcan estos actores.

En un segundo lugar, y como bien se extrae de la definición de la población del estudio, para la recopilación de imágenes que conformasen la muestra de contenidos, se optó por seleccionar unos medios informativos específicos, y en base a una serie de criterios aquí descritos:

- Que se trate de medios de información general, pertenecientes a las siguientes categorías: agencias de noticias, periódicos, portales de información digitales, revistas y sitios de noticias generalistas, para contar con una visión más enriquecedora acerca del fenómeno.
- Que tengan proyección y transcendencia a nivel continental, y que posean amplia difusión y un reconocido prestigio, por su reputación o por sus números de audiencia, lo que repercute en su capacidad de influencia sobre las sociedades occidentales, y en su papel representativo de los valores simbólicos de la opinión pública occidental.
- Que posean distintas líneas editoriales, representando así, en la medida de lo posible, una visión más general y real del espectro existente en el ámbito político y editorial de los medios europeos más influyentes.
- Que estén adscritos y tengan una presencia activa en el portal agregador y buscador de noticias perteneciente a Google, desde el que se ha realizado la búsqueda y recopilación de imágenes: *Google News*.
- Que se caractericen por la importancia que otorgan al tratamiento de la fotografía, plasmada en el uso habitual de imágenes de calidad en sus contenidos, así como en la inclusión de secciones y formatos específicamente foto-periodísticos, como galerías, foto-reportajes o foto-ensayos.
- Que representen a cinco de los principales países de Europa occidental que padecen las consecuencias de la crisis migratoria del Mediterráneo y que destacan como referencia por tener un mayor poder de influencia mediática y política sobre la opinión pública europea y occidental por extensión. Estos países son: Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido.

Así, con arreglo a estos requerimientos delimitadores, tras una clasificación previa, finalmente fueron elegidos los siguientes grandes medios informativos con difusión digital y transcendencia continental, en representación de cada uno de los países predeterminados en particular, y del mundo occidental en general:

1. De Alemania se seleccionaron ***Der Spiegel***, por su línea editorial independiente y su estilo subversivo y académico, y por ser la mayor revista semanal de Europa, la más importante de su país y la más visitada en su versión digital; y ***Süddeutsche Zeitung***, por su tendencia

liberal y conservadora, y por ser uno de los principales periódicos alemanes, con una importante relevancia nacional, y una presencia activa en *Google News*.

2. De España se seleccionaron los dos principales periódicos de información general nacionales. ***El País***, diario líder dentro de la prensa española con 1.862.000 lectores diarios (datos del EGM) y con una línea editorial de centro-izquierda; y ***El Mundo***, segundo diario del país por difusión y por número de lectores, y de tendencia más conservadora.
3. De Francia se seleccionaron dos de los periódicos nacionales más influyentes, ***Le Monde***, con una importante difusión electrónica y tendencia progresista; y ***Le Figaro***, el más longevo de los diarios de tirada nacional franceses, fundado en 1826, y con una línea editorial de centro-derecha.
4. De Italia se seleccionaron ***Corriere della Sera***, el periódico perteneciente al gran grupo mediático italiano RCS, fundado en 1876 y con línea editorial liberal y predominantemente conservadora, por ser el periódico con mayor difusión en el país; y ***La Repubblica***, por ser el segundo diario de información general más importante y con mayor difusión de todo el país, con una línea editorial de centro-izquierda.
5. Del Reino Unido, finalmente, se seleccionó el periódico ***Daily Mail***, de línea predominantemente conservadora, por ser uno de los más relevantes y leídos en las islas británicas y por su importante difusión digital; y, en segundo lugar, la agencia de noticias ***Reuters***, que supone una categoría independiente en sí misma, por constituir el mayor grupo informativo internacional y el principal representante y adalid del mundo mediático occidental más allá de fronteras europeas, ya que, aunque su sede central se encuentra en Londres, este grupo tiene presencia en 94 países, suministrando así información a medios de comunicación y mercados financieros de todo el mundo, y en más de 20 idiomas. Conviene señalar que a este poderoso medio intercontinental se le han atribuido diversos escándalos por la edición, el retoque y la manipulación intencionada de sus fotografías, sobre todo durante la cobertura de la guerra israelo-libanesa de 2006 (Rostovtseva, 2009); lo que supone un interés añadido para el estudio del tratamiento visual que este medio dedica a los refugiados y migrantes.

Predefinidos los medios específicos, para la realización de esta investigación se procedió a la recopilación de una muestra de 500 fotografías etiquetadas con las palabras clave “refugiado”

y/o “migrante” y aparecidas en los contenidos informativos sobre la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo publicadas por cada uno de los medios citados, elaborándose esta selección en dos etapas. En una primera fase se desarrolló la búsqueda y detección de los contenidos (noticias, foto-reportajes y foto-ensayos) por medio y temporalidad, a través del portal buscador de noticias *Google News*. Para ello se hizo uso de rangos temporales personalizados por año, así como del operador de búsqueda *site*: seguido de los *url* de los sitios web de cada uno de los medios seleccionados, y de las citadas palabras clave en cada uno de los idiomas de los cinco países de referencia, es decir: *flüchtlinge / wanderarbeiter; refugiado / migrante; réfugié / migrant; rifugiato / migrante; refugee / migrant*. El intervalo temporal se limitó al periodo de mayor trascendencia mediática de la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo, comprendida desde los inicios de 2013 hasta el momento vigente. En este espacio temporal se ha pretendido dar representación a dos periodos en los que la cobertura mediática de la crisis parece haberse diferenciado, localizándose sobre la mediana cronológica una serie de acontecimientos ocurridos durante el año 2015, entre los que destaca como punto de inflexión la publicación internacional de la fotografía de un niño sirio muerto en costas turcas (Aylan Kurdi, 2 de septiembre), que generó una profunda indignación global, y pareció desembocar en una divergencia notable en el tratamiento que los distintos medios occidentales hacían de los refugiados (Hellmueller y Zhang, 2017, mayo). Al margen de ese acontecimiento, el 2015 fue un año convulso, en el que se agudizó de manera dramática la crisis migratoria del Mediterráneo, teniendo en cuenta que durante este año más de un millón de personas desplazadas forzosamente habían entrado por mar en Europa, frente a las 216.000 del año anterior), de las cuales se estima que alrededor de 942.000 habrían solicitado asilo político (3 veces más que en 2014), y otras 3.770 personas habrían muerto en el intento (datos del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados y de la Organización Internacional para las Migraciones, 2016). Así, desde el punto de vista cronológico, el período anterior a 2015 se corresponde con el inicio de una crisis migratoria aun por conocer en Occidente, pasadas las primaveras árabes, con una Guerra Civil Siria cada vez más grave y un crecimiento exponencial de los movimientos de refugiados de origen musulmán con dirección a Centroeuropa. Por su parte, a partir de inicios del 2015 se inicia un periodo caracterizado por el agravamiento aun mayor del conflicto migratorio, así como por la llegada masiva e incesante de refugiados y solicitantes de asilo a fronteras europeas, lo que resulta en un mayor interés público a lo largo del continente y una mayor trascendencia mediática del fenómeno, con divergencias entre medios y países.

Ya en una segunda fase se seleccionaron las fotografías específicas que determinarían la muestra final del estudio. Para ello se decidió llevar a cabo un muestreo por conveniencia, en el que se recopilaron las imágenes definidas como unidad de análisis, en las que apareciesen retratados refugiado y/o migrantes, y por orden prioritario de importancia y relevancia de la publicación. La idea era obtener la misma cantidad de unidades de análisis de cada uno de los medios y países de referencia. Así, finalmente se recopilaron un total de 10 imágenes por medio y año, 20 por país y año (50 imágenes en total por medio, 100 por país), resultando así en una muestra de 100 fotografías anuales (desde 2013 hasta 2017), y un total de 500 imágenes.

Tabla 1. Distribución de imágenes por medio y país de representación

País	Alemania		España		Francia		Italia		Reino Unido	
Medio	Der Spiegel	<i>Süddeutsche Zeitung</i>	El País	El Mundo	Le Monde	Le Figaro	<i>Corriere della Sera</i>	La Repubblica	Daily Mail	Reuters
Imágenes por medio	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Imágenes por país	100		100		100		100		100	
Total	500									

Tabla 2. Distribución de imágenes por medio y año

	A Ñ O						
		2013	2014	2015	2016	2017	Total
M E D I O	Der Spiegel	10	10	10	10	10	50
	<i>Süddeutsche Zeitung</i>	10	10	10	10	10	50
	El País	10	10	10	10	10	50
	El Mundo	10	10	10	10	10	50
	Le Monde	10	10	10	10	10	50
	Le Figaro	10	10	10	10	10	50
	<i>Corriere della Sera</i>	10	10	10	10	10	50
	La Repubblica	10	10	10	10	10	50
	Daily Mail	10	10	10	10	10	50
	Reuters	10	10	10	10	10	50
	Total	100	100	100	100	100	500

6.2. Instrumento

Una vez seleccionada la muestra de contenidos, para el presente estudio se diseñó un instrumento de análisis a medida para codificar cada imagen y extraer los resultados pertinentes. El objetivo principal de este trabajo de investigación era tratar de inferir, a través del análisis de contenido, los marcos de representación visual predominantes acerca de la figura del refugiado y/o migrante en las fotografías de los medios europeos seleccionados, como representación del universo global de contenidos mediáticos europeos relacionados con refugiados y migrantes durante la crisis migratoria del Mediterráneo. Como se ha explicado

sobre estas líneas, la unidad de análisis es la fotografía individual que muestra a refugiados y/o migrantes en los contenidos informativos de los medios europeos preseleccionados, etiquetadas en el entorno virtual con las palabras clave “refugiado” y “migrante” en cada uno de los idiomas de los cinco países de referencia a los que se adscriben tales medios. Cada una de esas imágenes en las que aparecen representados acontecimientos relacionados con desplazados forzados ha sido codificada a partir de una serie de variables categóricas que reflejan la tipología de los marcos de interpretación identificados en las mismas. De esta manera, se ha procurado llevar a cabo una aproximación inductiva al *framing* presente en los medios europeos, partiendo de unos elementos y unas características predefinidas concretas y particulares, para concluir en unos resultados de carácter general.

El sistema de códigos diseñado para este trabajo ha sido enfocado a partir del modelo de identificación de marcos visuales de Rodríguez y Dimitrova (2011). Según estos autores, un marco visual implica los elementos estilísticos, denotativos, connotativos e ideológicos que están conectados. En base a esto, la presente investigación codificó diversos parámetros visuales para inducir encuadres a nivel estilístico o formal, a nivel denotativo o explícito, y a nivel connotativo o implícito. Posteriormente, a partir del análisis de los tres primeros niveles de encuadre visual, se han tratado de inferir conclusiones de naturaleza más cualitativa sobre el nivel ideológico, señalando posibles principios subyacentes que revelen la intencionalidad, influencia y los posibles efectos cognitivos y afectivos de los principales medios europeos sobre las actitudes hacia los refugiados y migrantes.

Así, el sistema categorial elaborado para el análisis de los marcos visuales de los refugiados y migrantes en los medios occidentales se ha dividido en cuatro grandes bloques primarios, uno que recoge los datos de identificación, y los otros restantes establecidos en base a los tres primeros niveles de estudio del *framing* visual desarrollados por Rodríguez y Dimitrova (2011). De esta manera, mientras que el primer bloque se ha dedicado a los datos de identificación del codificador (para la extracción de la fiabilidad inter-codificadores –*intercoder reliability*–), y a los datos de identificación básicos la imagen (número de identificación de la imagen, país de referencia, medio y año de publicación), los otros tres bloques se han dedicado al análisis de los tres primeros niveles de *framing* visual (denotativo, estilístico y connotativo), y se han subdividido en otros apartados. Las categorías y valores de estos niveles de análisis fueron definidos a posteriori de una revisión general de las fotografías pertenecientes a la muestra y su pertinente evaluación cualitativa; y fundamentadas en los sistemas de códigos previamente diseñados por Hellmueller y Zhang (2017, mayo), para el análisis visual de la cobertura de la

crisis migratoria europea en los medios globales; por López del Ramo y Humanes (2016) para el estudio de los marcos visuales de los refugiados en los medios internacionales; y por Muñiz, Igartua y Otero (2006) para el análisis de las imágenes de la inmigración en la prensa española. A continuación se presenta un esquema de las categorías que conforman el sistema de códigos, desglosadas por bloques y sub-apartados. La totalidad de variables y valores pueden ser consultados en el libro de códigos, adjunto en anexos.

A) Datos de identificación

1. Datos de identificación básicos

- 1.1. *Nº Imagen*
- 1.2. *Nº Codificador*
- 1.3. *País*
- 1.4. *Medio*
- 1.5. *Año*

B) Análisis estilístico de la imagen (nivel 2. Rodríguez y Dimitrova, 2011)

2. Análisis formal de las fotografías

- 2.1. *Tipo de fotografía*
- 2.2. *Tipo de retrato*
- 2.3. *Escala de plano utilizado*
- 2.4. *Longitud focal*
- 2.5. *Angulación*
- 2.6. *Localización*
- 2.7. *Iluminación*
- 2.8. *Retoque digital*
- 2.9. *Postura del/los personaje/s*

C) Análisis denotativo de la imagen (nivel 1. Rodríguez y Dimitrova, 2011)

3. Análisis denotativo del contexto

- 3.1. *Escenario*

4. Análisis denotativo de personajes

- 4.1. *Número de actores principales*
- 4.2. Actor/es presente/s en la fotografía: 4.2.1. *Refugiados/migrantes, (...)*, 4.2.7. *Otros*
- 4.3. *Rol actor/es principal/es*

5. Análisis denotativo de refugiados y migrantes

- 5.1. *Género*
- 5.2. *Edad*
- 5.3. *Lugar de origen*
- 5.4. *Estado físico*
- 5.5. *Acción representada*
- 5.6. Expresión gestual: 5.6.1. *Alegría, (...)*, 5.6.23. *Aburrimiento*
- 5.7. *Práctica o actitud religiosa*

D) Análisis connotativo de la imagen (nivel 3. Rodríguez y Dimitrova, 2011)

6. Análisis de la realidad simbólica que transmite la imagen

- 6.1. *Representación implícita del refugiado/migrante: 6.1.1. Humilde, (...)*, 6.1.32. *terrorista*
- 6.2. *Sentimiento transmitido por la imagen*

6.3. Medidas

En el sistema de códigos desarrollado la mayoría de las categorías se corresponde con una variable, exceptuando algunos apartados en las que los propios valores se plantearon como variables de respuesta dicotómica. Esto sucede con las categorías: *actor/es presente/s en la fotografía*; *expresión gestual del refugiado y/o migrante*; y *representación implícita del refugiado y/o migrante*. Respecto a estos dos últimos constructos, a posteriori del análisis se hizo uso del programa estadístico SPSS para calcular nuevas variables a partir de la suma de las categorías dicotómicas que los conformaban, aglutinándolas en base a si se trataba de “expresiones del refugiado y/o migrante” *positivas*, *negativas* (con 3 tipos de tópicos o etiquetas) o *neutrales*; y si se trataba de “representaciones del refugiado y/o migrante” *positivas* o *negativas* (con 3 tipos de tópicos o etiquetas). En el caso de las “expresiones gestuales” (con 23 opciones dicotómicas divididas en 5 subapartados: *positivas / de sufrimiento / de indignación / de enfado y/o amenaza / neutrales*), como cada constructo contaba con distintas variables *dummy*, para conformar las nuevas variables se calculó el porcentaje promedio a partir de las expresiones que aparecían de cada tipo (e.g: [expresionpositiva1 + expresionpositiva2 + expresionpositiva3 + expresionpositiva4 + expresionpositiva5] x 100 / 5) para, más tarde, recodificar de nuevo en la misma variable por rangos (0, 1-25, 25-50, 50-75, 75-100), otorgando un grado de presencia a cada tipología de expresiones, y obteniendo así una escala Likert de 1 a 5 (donde 1 es “nada/ninguna expresión” y 5 es “mucho/muchas expresiones”). En cuanto al apartado connotativo de la “representación implícita del refugiado y/o migrante” (con 32 opciones dicotómicas divididas en 4 subapartados: *positiva / víctima / posible carga / posible amenaza*), como cada constructo contaba con las mismas opciones de respuesta dicotómica (8), bastó con recodificar por rangos (0, 1-2, 3-4, 5-6, 7-8) dentro de las mismas nuevas variables (resultantes de la suma anterior), para conseguir la misma escala *ad hoc* de 1 a 5 (donde 1 es “ninguna” representación simbólica y 5 “muy alta”). A través de este proceso, las anteriores variables de tipo nominal se convirtieron en escalas de tipo Likert estandarizadas para, por un lado, hacer más operacionales, cuantitativas, objetivas y funcionales estas medidas y, por otro lado, conseguir un coeficiente de acuerdo y fiabilidad más alto a través del macro para SPSS *Alpha de Krippendorff*, dado que las posibilidades de divergencia se reducen al aglutinar las opciones de respuesta.

Posteriormente, durante el proceso de obtención de resultados, y para poder operar con las distintas medidas en aras de comprobar las distintas hipótesis, las cuatro variables de escala resultantes de los cuatro tipos de “marcos de representación implícita” predefinidos se

recodificaron de nuevo en otras ocho variables, divididas en dos períodos temporales (2013-2014, 2015-2017). También se recodificó la variable “año” para que tuviese tan solo dos valores correspondientes con esos dos periodos temporales preestablecidos. Por otro lado, los 31 valores de la variable “acción” también fueron recodificados por rangos en 5 nuevos grupos, en medida de si las acciones eran *positivas* (1), *negativas con una visión humana* y cercana del migrante (2), *negativas con una visión del migrante como víctima y mártir* (3), *negativas con una visión del migrante como agresor y posible amenaza* (4), o *neutrales* (5). En suma, hubo que recodificar la variable “edad” del refugiado y/o migrante para que sólo tuviese dos valores (*niños y otros*), dando el resto de valores por perdidos; la variable “género” del refugiado y/o migrante, para obtener también dos únicos valores (*hombre y mujer*); la variable “número de actores” para reducir los valores a *uno/varios* migrantes y *muchos* migrantes; y la variable “país” de publicación, para obtener de igual manera dos grupos de análisis, uno correspondiente a *Alemania*, país objeto principal del estudio, y otro correspondiente al *resto de países* analizados.

El diseño final presenta entonces 86 variables recodificadas en 40 y divididas en cuatro grandes bloques y seis sub-apartados. Esta estructura categorial ha sido plasmada en el libro de códigos –*codebook*–, documento que sirve como presentación de dicho sistema y como manual de instrucciones de uso de la ficha de análisis, que cuestiona y extrae la información a la unidad de análisis determinada (Piñuel, 2002). Los jueces que participaron del estudio para la extracción de la fiabilidad inter-codificadores se valieron del pertinente libro de códigos para realizar su análisis sin problemas. Ambos documentos han sido adjuntados al final de este trabajo en el apartado de *anexos*.

Así, para obtener la citada fiabilidad intercodificadores, tres jueces ajenos a la investigación fueron entrenados independientemente en el instrumento de análisis diseñado, haciendo uso de un plan de trabajo, así como del citado libro de códigos. Estos jueces analizaron una sub-muestra aleatoria de 75 fotografías (15 de cada año) que se correspondía con el 15% del total de las unidades de análisis componentes de la muestra inicial. De esta manera, atendiendo al grado de consenso o acuerdo resultante entre los codificadores, se chequeó dicha fiabilidad a partir del macro *KALPHA* (*Alpha de Krippendorff*) para SPSS, por ser la medida de fiabilidad más recomendable, ya que permite evaluar el acuerdo controlando el azar, y puede usarse independientemente del número de jueces, de los tipos de medición, del tamaño de las muestras y de la presencia o ausencia de datos (Hayes y Krippendorff, 2007). De esta manera, durante un período de pruebas previo a la obtención de resultados, se determinó una revisión del sistema

categorial con el fin de modificarlo o de descartar ciertas medidas en las que la fiabilidad no fuera la esperada. Las conclusiones extraídas del estudio se basaron así fundamentalmente en los resultados ofrecidos por las variables en las que el coeficiente de acuerdo a partir del *Alpha de Krippendorff* fue igual o mayor a 0.67, cómo mínimo aceptable en ciencias sociales. Las únicas variables en las que la fiabilidad intercodificadores con el macro *Kalpha* resultó baja o no alcanzó ese mínimo aceptable fueron las de carácter formal y estilístico: “Tipo de retrato”, “Escala de plano”, “Longitud focal”, “Angulación”, “Iluminación”, y “Retoque”. Esta circunstancia podría deberse principalmente a que estas categorías presentaban una muy baja o casi nula variabilidad y, siendo así, las variables pierden su sentido, y la evaluación de la fiabilidad con control del azar se ve considerablemente mermada con una muestra tan reducida. Además, las variables de análisis técnico y formal, aun siendo las más objetivas y, por ello, las que menos lugar a duda debieran generar, a menudo requieren de unos conocimientos avanzados del lenguaje audiovisual por parte de los jueces o, en su defecto, de un entrenamiento óptimo de los codificadores que formen parte del análisis para la evaluación de la fiabilidad, cuestión que pudo haber fallado en el presente trabajo.

Tabla 3. Relación de ítems y resultados de las pruebas de fiabilidad intercodificadores con Alpha de Krippendorff

Análisis formal de la imagen		Análisis denotativo (refugiados y migrantes)	
Tipo Fotografía	0.81	Género Refugiados	0.75
Tipo Retrato	0.48	Edad Refugiados	0.74
Escala Plano	0.49	Lugar de origen Refugiados	0.75
Longitud focal	0.45	Estado físico Refugiados	0.75
Angulación	0.55	Acción	0.73
Localización	0.70	Expresión Gestual (M=0.82)	(M=0.82)
Iluminación	0.60	<i>Expresión positiva</i>	0.85
Retoque	0.08	<i>Expresión negativa: sufrimiento</i>	0.78
Postura	0.82	<i>Expresión negativa: indignación</i>	0.90
Análisis denotativo (escenario y personajes)		<i>Expresión negativa: enfado y amenaza</i>	0.86
Representación Negativa	0.78	<i>Expresión neutral</i>	0.73
Representación Negativa	0.73	Manifestación religiosa	0.79
Actores presentes	(M=0.91)	Análisis connotativo de la imagen	
<i>Refugiados</i>	1.00	Marco de representación de refugiados	(M =0.71)
<i>Cuerpos seguridad</i>	0.84	<i>Representación positiva</i>	0.75
<i>Cooperantes</i>	0.80	<i>Representación negativa: víctima</i>	0.61
<i>Periodistas</i>	1.00	<i>Representación negativa: posible carga</i>	0.70
<i>Personalidades Políticas</i>	1.00	<i>Representación negativa: posible amenaza</i>	0.78
<i>Habitantes locales</i>	0.93	Sentimiento General	0.70
<i>Otros</i>	0.80		
Actores Protagonistas	0.77		

6.4. Análisis

En una última etapa, habiendo optimizado las variables de manera que pudieran ser operativas para extraer resultados estadísticos, se procedió a responder a las preguntas de investigación y comprobar las hipótesis previamente formuladas, para lo que se hizo uso del programa estadístico SPSS. Con este fin, primeramente se obtuvieron los estadísticos descriptivos de cada variable, lo que permitió contestar a las preguntas enunciadas en este trabajo. Posteriormente, para la comprobación estadística de cada uno de las hipótesis planteadas, se ejecutó la prueba bivariada de diferencia de medias *t Student* para muestras independientes, con un 95% de confianza. Con este procedimiento se procuró determinar los patrones de representación visual y los marcos visuales de los refugiados y migrantes –prestando especial atención a los connotativos–, que predominan en los principales medios europeos durante la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo.

7. RESULTADOS

7.1. Los marcos visuales de los refugiados y migrantes en tres niveles

Para responder a las preguntas de investigación planteadas se comenzó por analizar los elementos estilísticos de las fotografías sobre refugiados y migrantes recogidas. Respecto a este nivel cabe señalar que la mayor parte de las variables obtuvieron un coeficiente de fiabilidad con control de azar insuficiente como para tomar en cuenta los resultados relacionados. No obstante, algunas como la “longitud focal”, la “angulación” o la “iluminación”, resultaron no tener sentido estadístico al presentar una variabilidad casi nula, dado que en la mayor parte de la muestra la longitud focal resultó ser estándar, la angulación resultó ser frontal, y la iluminación exterior. El “tipo de retrato”, por su parte, se consideró una medida fallida dado que la mayor parte de las imágenes mostraban a un número elevado de actores, con distintos tipos de retrato dentro del mismo marco, resultando difícil establecer un criterio objetivo para el análisis de esta categoría. En este apartado se reportan entonces resultados de las variables en las que el chequeo de fiabilidad intercodificadores fue óptimo, y de algunas otras en las que, aun no obteniendo un coeficiente mínimo de confiabilidad, se ha entendido que podrían ofrecer información relevante para el estudio, aun sin poder ser tomadas en cuenta de manera rigurosa.

Para empezar, al determinarse condición fundamental que todas las imágenes analizadas mostrasen retratados a refugiados y/o migrantes, el tipo de fotografía que destaca en la muestra con absoluta predominancia es el retrato, siendo solo tres los casos analizados como fotografía

de paisaje, y un único caso de fotografía de naturaleza muerta, ambas situaciones dadas a causa de que las figuras humanas mostradas en la imagen estuvieran alejadas y fueran menos relevantes que el entorno o el objeto pertinente. En cuanto a la escala de plano, como era de esperar, predominan los planos abiertos en los que se retrata a varias personas, contextualizándolas con el entorno. Esto es, el plano general, con un 49.4%, y el plano conjunto, con un 31.4%. La longitud focal utilizada por los medios analizados fue mayoritariamente estándar (83.4%), aunque también se destaca el uso de focales cerradas (14.8%), siendo casi ausente el uso del gran angular. La localización es predominantemente exterior (84.4%), siendo escasas las imágenes tomadas en localizaciones cerradas (15.4%), como el interior de domicilios, comercios o tiendas de campaña. Respecto al retoque, destaca un 36.4% de imágenes analizadas en las que se denota una edición digital, lo que puede traducirse en términos cualitativos, en un uso dramático y expresivo de la imagen con relativa frecuencia en los medios europeos, aunque esta categoría no tiene valor estadístico por reportar un coeficiente de fiabilidad deficiente. Respecto a la postura de los actores, se da un 15.8% de posados explícitos frente a una predominancia del retrato natural o espontáneo.

Así, respondiendo a **RQ1a**, se puede concluir que las imágenes que publican los medios europeos sobre refugiados y migrantes retratan a estos sujetos predominantemente a través de planos abiertos como el plano general o el plano conjunto contextualizando así la acción, con una longitud focal estándar, en localizaciones exteriores, con posturas predominantemente naturales y espontáneas, y sin un uso excesivo y pronunciado del retoque digital (Tabla 4).

Tabla 4. Principales elementos estilísticos de la muestra

Variables	Valores	Frecuencia	Porcentaje
Tipo de Fotografía	Retrato	496	99.2%
	Paisaje	3	0.6%
	Naturaleza muerta	1	0.2%
Escala de plano (M=5.78, DE=1.41)	Plano Detalle	4	0.8%
	Primer Plano	19	3.8%
	Plano Medio	45	9%
	Plano Americano	7	1.4%
	Plano Entero	21	4.2%
	Plano General	247	49.4%
	Plano Conjunto	157	31.4%
Longitud focal	Estándar	417	83.4%
	Gran Angular	9	1.8%
	Teleobjetivo	74	14.8%
Localización	No identificable	1	0.2%
	Exterior	422	84.4%
	Interior	77	15.4%

En el nivel denotativo de los marcos visuales, el que analiza los elementos que aparecen explícitos en la imagen, primeramente se analizaron los lugares en los que habían sido tomadas las fotografías, en segundo lugar, la cantidad de actores que se retratan en ellas, los tipos de actores y el protagonismo de cada uno de ellos, y, por último, las características explícitas de los refugiados y migrantes, así como las acciones que realizan o de las que son receptores dentro de los marcos. En este sentido, tal y como se aprecia en la Tabla 5, en primer lugar destacan las fotografías tomadas en campos de refugiados (26.8%) sobre el resto de escenarios, seguidas en frecuencia por las imágenes que retratan a los refugiados y migrantes en escenarios urbanos, calles y plazas (11.6%), las de espacios fronterizos, límites y alambradas (9.6%), las de embarcaciones y pateras (6.8%), y las tomadas en espacios naturales desérticos (4.8%), siendo los escenarios menos fotografiados los comercios (0.4%), las comisarias, celdas y juzgados (0.6%) y los centros de ayuda y acogida y centros médicos (1.2%).

Tabla 5. Principales escenarios de la muestra

Variables	Valores	Frecuencia	Porcentaje
Escenario	No identificable claramente	43	8.6%
	Campos de refugiados	134	26.8%
	Centros de ayuda y acogida / centros médicos	6	1.2%
	Centros educativos / religiosos / de ocio	9	1.8%
	Lugar de trabajo / oficinas / centros tramitación	12	2.4%
	Comisarias / celdas / juzgados	3	0.6%
	Recintos portuarios / aeropuertos / aviones	17	3.4%
	Estaciones y medios de transporte terrestres	18	3.6%
	Embarcaciones / pateras	34	6.8%
	Costa / playa	15	3.0%
	Caminos / carreteras / vías tren	21	4.2%
	Escenario urbano / calle / plazas	58	11.6%
	Domicilios / albergues / hostales	18	3.6%
	Tiendas y comercios	2	0.4%
	Espacios naturales con vegetación	17	3.4%
	Espacios naturales desérticos	24	4.8%
	Espacios destruidos / escenarios de guerra	17	3.4%
	Espacios fronterizos / límites / alambradas	48	9.6%

En cuanto a la cantidad de actores retratados, se denota que los medios europeos tienden a difundir fotografías sobre refugiados y migrantes en las que aparecen varios de estos sujetos (50.6%), o muchos (37.4%), mientras que las imágenes que retratan a un solo refugiado y/o migrante de manera aislada son escasas (12%). En relación al tipo de actores que suelen aparecer en las imágenes a parte de los refugiados y/o migrantes, destacan los cuerpos de seguridad (13.6%) y los cooperantes (9%), siendo las personalidades políticas quienes aparecen

con menos frecuencia (1.4%). Sin embargo, cabe señalar que los políticos son protagonistas en el 71.4% de las imágenes en las que aparecen, mientras que los cuerpos de seguridad en un 22%. Los refugiados, por su parte, son los actores principales de la mayor parte de las fotografías analizadas, con un 94.8% de protagonismo.

Tabla 6. Tipos de actores retratados por aparición y protagonismo

	Frecuencia de aparición	Porcentaje de aparición	Frecuencia de protagonismo	Porcentaje protagonismo	Porcentaje protagonismo por aparición
Refugiados	500	100%	474	94.8%	94.8%
Cuerpos seguridad	68	13.6%	15	3%	22%
Cooperantes	45	9%	0	0	0%
Periodistas	17	3.4%	0	0	0%
Personalidades políticas	7	1.4%	5	1%	71.4%
Habitantes locales	23	4.6%	1	0.2%	4.3%
Otros	10	2%	5	1%	50%

Respecto a las características de los refugiados y migrantes representados por los medios europeos, resumidas en la Tabla 7, destacan en frecuencia las fotografías que muestran a grupos de desplazados de ambos géneros (51%), y a migrantes de género masculino (39%), siendo las niñas y mujeres retratadas en solitario con una frecuencia considerablemente inferior (10%). También predominan las fotografías en las que aparecen migrantes de distintas edades (54.6%), aunque cabe tener en cuenta la frecuencia con la que son enmarcados los jóvenes (17.4%) y los niños en solitario (17.2%). El lugar de origen de la mayor parte de los desplazados que se retratan en la muestra analizada, como era de esperar, es el medio oriente (83.6%), siendo los migrantes de los países árabes seguidos de lejos en frecuencia por los del África Subsahariana (13%). El estado físico de estos migrantes tiende a ser predominantemente bueno (62.6%), aunque existe un importante porcentaje de fotografías en las que se ha percibido que la condición física era regular (33%), y muy escasas en las que era predominantemente mala (4.2%). Por último, las acciones que sobresalen por ser representadas con mayor frecuencia en la muestra son aquellas que retratan la vida cotidiana y el sufrimiento de los refugiados y migrantes (53.6%), así como las que caracterizan a estos personajes como víctimas (16%), inocentes, vulnerables y necesitadas. Pese a lo que pudiera esperarse a priori del análisis, las acciones menos fotografiadas en los medios europeos son las que retratan a los refugiados y migrantes como agresores o como una posible amenaza (5.4%), lo que no significa que esta percepción pueda transmitirse y se transmita a través de otros elementos denotativos y connotativos no relacionados con las acciones (como la manifestación religiosa, el contexto, o la presencia de otro tipo de actores).

Tabla 7. Características de los refugiados y migrantes de la muestra y acciones representadas

Variables	Valores	Frecuencia	Porcentaje
Género	Hombre	195	39%
	Mujer	50	10%
	Ambos	255	51%
Edad	Niño	86	17.2%
	Adolescente	1	0.2%
	Joven	87	17.4%
	Adulto	51	10.2%
	Anciano	2	0.4%
	Varias edades	273	54.6%
Lugar de origen	Países árabes	418	83.6%
	África Subsahariana	65	13%
	Asia Oriental	4	0.8%
	Mixto	13	2.6%
Estado físico	No identificable	1	0.2%
	Predominantemente bueno	313	62.6%
	Regular	165	33%
	Predominantemente malo	21	4.2%
Acciones clasificadas por marcos de representación	No identificadas	6	1.2%
	Visión positiva	42	8.4%
	Visión humana	268	53.6%
	Visión como víctimas	80	16%
	Visión como posible amenaza	27	5.4%
	Neutras	77	15.4%

En consonancia con lo reportado hasta el momento, las expresiones gestuales de los refugiados y migrantes que retratan con mayor frecuencia en los medios analizados son las que manifiestan sufrimiento (76.6%), representando una vez más a estos sujetos como víctimas. A estas expresiones les siguen en frecuencia de aparición las expresiones positivas (32.2%), las que presentan al migrante como una persona alegre, jovial e ilusionada, y las que manifiestan desconfianza e indignación (20.8%). En todo caso, todos los tipos de expresiones analizados se dan en un grado bajo, siendo mayoritariamente pocas o algunas las expresiones de cada tipo retratadas en la mayor parte de las imágenes en que tienen presencia. Esto se puede observar de manera desglosada con frecuencias y porcentajes en la Tabla 8.

Como último elemento denotativo, relacionado además con las expresiones gestuales de los refugiados y migrantes, se analizó la presencia o no de práctica o manifestación religiosa de algún tipo expresada por estos individuos en las distintas fotografías. El resultado relacionado con esta categoría señala que son relativamente escasas las imágenes en las que se aprecia tal expresión (14.8%), sea cual sea el tipo de creencia manifestado, predominando las fotografías en las que no se denota ninguna práctica religiosa, o esta no es identificable.

Tabla 8. Tipología de expresiones gestuales de los refugiados y migrantes representadas en la muestra

Variables	Valores	Frecuencia		Porcentaje	
Expresiones positivas (M=1.67, DE=1.11)	Ninguna	339		67.8%	
	Muy pocas	48	161	9.6%	32.2%
	Algunas	68		13.6%	
	Bastantes	29		5.8%	
	Muchas	16		3.2%	
Expresiones negativas (sufrimiento) (M=2.52, DE=1.06)	Ninguna	117		23.4%	
	Muy pocas	104	383	20.8%	76.6%
	Algunas	180		36%	
	Bastantes	98		19.6%	
	Muchas	1		0.2%	
Expresiones negativas (indignación) (M=1.29, DE=0.65)	Ninguna	396		79.2%	
	Muy pocas	72	104	14.4%	20.8%
	Algunas	21		4.2%	
	Bastantes	11		2.2%	
	Muchas	0		0%	
Expresiones negativas (amenaza) (M=1.18, DE=0.74)	Ninguna	469		93.8%	
	Muy pocas	0	31	0%	6.2%
	Algunas	11		2.2%	
	Bastantes	10		2%	
	Muchas	10		2%	
Expresiones neutrales (M=1.25, DE=0.79)	Ninguna	449		89.8%	
	Muy pocas	0	51	0%	10.2%
	Algunas	39		7.8%	
	Bastantes	0		0%	
	Muchas	12		2.4%	

Respondiendo entonces a **RQ1b**, se puede resolver que las fotografías sobre refugiados y migrantes que publican los medios europeos tienden a retratar a estos sujetos con mayor frecuencia en campos de refugiados, espacios fronterizos, o en espacios urbanos, calles y plazas; suelen retratarlos como actores únicos del encuadre, aunque si son acompañados de otro tipo de sujetos, estos suelen ser mayoritariamente cuerpos de seguridad y, en escasas ocasiones, personalidades políticas, quienes tienden a robar el protagonismo a los migrantes. En suma, los refugiados y migrantes retratados suelen aparentar un buen estado físico, parecen proceder mayoritariamente de los países árabes, y tienden a ser representados en grupos de varios individuos, ambos géneros y diversas edades, aunque destacan las imágenes en las que se muestra tan sólo a hombres migrantes, y a niños o jóvenes, normalmente de género masculino. En cuanto a las acciones que suelen ser retratadas con mayor frecuencia, sobresalen las que muestran la cotidianeidad y el sufrimiento de los refugiados y migrantes, así como las que representan a estos colectivos como víctimas. Respecto a las expresiones gestuales de los refugiados y migrantes retratadas con mayor frecuencia en los medios europeos, parecen destacar las negativas que manifiestan sufrimiento e indignación, aunque, frente a los esperado,

un elevado número de las fotografías publicadas por estos medios reflejan expresiones positivas en los refugiados y migrantes retratados. Las manifestaciones religiosas no suelen representarse con una elevada frecuencia.

Para finalizar, analizando la representación general e implícita, así como el sentimiento acerca de los refugiados y migrantes que transmiten las fotografías de los medios europeos se resuelve, en primer lugar, que este sentimiento es predominantemente negativo (81.2%), habiéndose reportado una sensación positiva en tan sólo 86 imágenes de la muestra (17.2%). Sin embargo, en un segundo lugar, extrayendo resultados descriptivos acerca de la representación simbólica, se obtuvo que la frecuencia con la que los refugiados y migrantes son representados de manera positiva es relativamente alta, siendo más de la mitad de las fotografías de la muestra (51%) las que transmiten esta sensación; lo que parece indicar que, aunque la representación de los migrantes pueda ser positiva, en una misma imagen pueden darse diversos tipos de representaciones simbólicas y connotaciones agregadas y, además, el sentimiento general expresado tiende en todo caso a ser negativo por cuestiones denotativas como el contexto, el escenario, las características de los actores, la situación... Por otro lado, respecto a la connotación de carácter negativo, se destacaron tres tipos de representación del refugiado y/o migrante: como víctima, como posible carga y como posible amenaza. De estos tres, la muestra señala con mayor frecuencia el que muestra al refugiado como posible víctima (80.6%), en consonancia con lo visto hasta el momento, destacando además este marco por el alto grado de representación que se transmite en las fotografías donde se aprecia, frente al resto de marcos implícitos definidos, que suelen presentar un grado muy bajo de presencia. En tercer lugar se manifiesta la representación del migrante como posible carga, con un 46.4% de frecuencia.

Respondiendo a **RQ1c**, tal y como se observa en la Tabla 9, se resume que las imágenes de refugiados y migrantes publicadas por los medios europeos tienden a transmitir un sentimiento negativo y a representar a estos individuos como víctimas, aunque seguidos en frecuencia por marcos de representación positivos y, en menor porcentaje, por los marcos que representan a los desplazados como una posible carga y/o posible amenaza para las sociedades europeas (ver Figura 4 en anexos).

Tabla 9. Marcos de representación simbólica de los refugiados y migrantes destacados en la muestra

Variables	Valores	Frecuencia		Porcentaje	
Representación positiva (M=0.83, DE=0.99)	Ninguna	245		49%	
	Muy baja	142	255	28.4%	51%
	Baja	75		15%	
	Alta	30		6%	
	Muy alta	8		1.6%	
Representación negativa (víctima) (M=1.89, DE=1.19)	Ninguna	97		19.4%	
	Muy baja	67	403	13.4%	80.6%
	Baja	153		30.6%	
	Alta	158		31.6%	
	Muy alta	25		5%	
Representación negativa (carga) (M=0.60, DE=0.73)	Ninguna	268		53.6%	
	Muy baja	172	232	34.4%	46.4%
	Baja	53		10.6%	
	Alta	7		1.4%	
	Muy alta	0		0%	
Representación negativa (amenaza) (M=0.44, DE=0.72)	Ninguna	337		67.4%	
	Muy baja	115	163	23%	32.6%
	Baja	40		8%	
	Alta	7		1.4%	
	Muv alta	1		0.2%	

7.2. Los marcos simbólicos de los refugiados y migrantes en Europa

Para obtener inferencias acerca de los marcos simbólicos de los refugiados y migrantes que difunden los medios europeos a través de sus fotografías y los elementos denotativos de los que dependen, se hizo uso de la prueba *t Student* para muestras independientes. Así, esta prueba arrojó resultados concluyentes que permitieron confirmar **H1**, aunque solo de forma parcial.

En primera instancia, **H1a** enunciaba que las fotografías que muestran a uno o varios actores tienden a representar al refugiado y/o migrante de manera positiva o como una víctima con mayor frecuencia que las imágenes en las que aparecen muchos actores; y a la inversa, las fotografías en las que aparecen muchos migrantes tienden a representar al refugiado y/o migrante como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que las que muestran a uno o varios actores. Al respecto, los resultados mostraron diferencias estadísticamente significativas tan solo para los marcos de representación del refugiado y/o migrante como posible carga [$t(97.66) = -5.296, p < 0.05, d = 0.626$] y como posible amenaza [$t(238.89) = -8.812, p < 0.05, d = 0.755$], siendo la media en ambos casos efectivamente mayor cuando las imágenes muestran a muchos individuos (M=1.65, DE=0.747; M=1.49, DE=0.745) que cuando muestran solo a uno o varios (M=1.25, DE=0.508; M=1.07, DE=0.252). Las diferencias que se dan en ambos encuadres pueden considerarse de tamaño medio (Cohen, 1988). Respecto a los otros

dos marcos connotativos, el positivo [$t(498)=1.197, p>0.05$], y el que representa al refugiado y/o migrante como una víctima [$t(498)=1.546, p>0.05$], la prueba t no arrojó diferencias estadísticamente significativas entre las fotografías que muestran a uno o varios individuos ($M=1.68, DE=0.792$; $M=3.12, DE=1.059$), y las que muestran a un grupo grande de sujetos ($M=1.85, DE=1.022$; $M=2.86, DE=1.205$), aunque pueden apreciarse las leves diferencias presentadas en la Tabla 10. Puede decirse entonces que existen diferencias en los marcos connotativos de los refugiados y migrantes en relación a la cantidad de individuos miembros que se muestran en la imagen, aun no pudiéndose reportar diferencias estadísticamente significativas tanto en el marco positivo como en el de representación del refugiado como víctima.

Tabla 10. Marcos de representación simbólica de los refugiados y migrantes diferenciados por cantidad de actores

	Uno o varios actores		Muchos actores	
	M	DE	M	DE
Marco representación positiva	1.68	0.792	1.85	1.022
Marco representación como víctima	3.12	1.059	2.86	1.205
Marco representación como carga **	1.25	0.508	1.65	0.747
Marco representación como amenaza **	1.07	0.252	1.49	0.745

* Diferencia de medias de tamaño pequeño

** Diferencia de medias de tamaño medio

*** Diferencia de medias de tamaño grande

En otra línea, **H1b** enunciaba que las fotografías que retratan a cuerpos de seguridad junto a los refugiados y/o migrantes tienden a representar a estos últimos como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que el resto de imágenes. Por el contrario, en las fotografías que no muestran a cuerpos de seguridad tienden a predominar marcos que representan al refugiado y/o migrante como una víctima o de manera positiva. En este caso, como era de esperar, tanto para los marcos de representación de refugiado y/o migrante como posible carga [$t(90.09)=-3.702, p<0.05, d=0.485$], como en el de posible amenaza [$t(80.02)=-4.340, p<0.05, d=0.606$], la media de las fotografías en las que aparecen cuerpos de seguridad ($M=1.90, DE=0.715$; $M=1.85, DE=0.868$) es mayor que las que no muestran a estos sujetos ($M=1.55, DE=0.726$; $M=1.38, DE=0.670$), siendo para ambos encuadres la diferencia de medias estadísticamente significativa, aunque para el marco de representación como carga puede considerarse de tamaño pequeño, mientras que para el marco de representación como amenaza esta diferencia puede considerarse de tamaño medio. En contraposición, respecto a los otros dos marcos, el positivo [$t(498)=2.803, p<0.05, d=0.392$], y el que representa al refugiado y/o migrante como una víctima [$t(498)=1.073, p>0.05$], también como se predijo, tiene lugar esta relación a la inversa, es decir, que la media de las fotografías en las que no aparecen cuerpos de seguridad ($M=1.88, DE=1.009$; $M=2.92, DE=1.173$) es mayor que la de las fotografías en las que sí salen estos

actores ($M=1.51$, $DE=0.872$; $M=2.75$, $DE=1.297$), aunque en el caso del encuadre de representación como víctima, esta diferencia no es estadísticamente significativa, y en el marco positivo la diferencia es de tamaño pequeño. Puede resolverse entonces que se perciben diferencias en los marcos simbólicos acerca de los refugiados y migrantes transmitidos por los medios occidentales, en relación a si aparecen retratados cuerpos de seguridad o no en estos encuadres, no pudiéndose reportar diferencias estadísticamente significativas tan solo en el marco de representación del refugiado como víctima. Estas diferencias quedan reflejadas en la Tabla 11.

Tabla 11. Marcos simbólicos de los refugiados y migrantes diferenciados por presencia de cuerpos de seguridad

	Sin cuerpos de seguridad		Con cuerpos de seguridad	
	M	DE	M	DE
Marco representación positiva *	1.88	1.009	1.51	0.872
Marco representación como víctima	2.92	1.173	2.75	1.297
Marco representación como carga *	1.55	0.726	1.90	0.715
Marco representación como amenaza **	1.38	0.670	1.85	0.868

* Diferencia de medias de tamaño pequeño

** Diferencia de medias de tamaño medio

*** Diferencia de medias de tamaño grande

Respecto a la relación de los marcos implícitos con el género de los refugiados y migrantes retratados en las fotografías de los medios europeos, **H1c** enunciaba que las imágenes que retratan a migrantes de género masculino tienden representar a estos como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que las que retratan a migrantes de género femenino, y en contraposición, las imágenes que retratan a desplazados de género femenino tienden a representarlos como víctimas o de una manera positiva con mayor frecuencia que las imágenes en las que aparecen solo migrantes de género masculino. En este caso, el test reveló que no existen diferencias estadísticamente significativas en las imágenes con marco de representación positivo [$t(243) = -1.414$, $p > 0.05$] si aparecen solamente hombres ($M=1.66$, $DE=0.978$) y si aparecen solamente mujeres ($M=1.88$, $DE=0.961$). Sin embargo, si se hallaron diferencias significativas en los otros marcos de representación implícita. En el caso del marco de representación del refugiado y/o migrante como víctima [$t(86.02) = -3.937$, $p < 0.05$, $d=0.6$] se observan diferencias entre hombres ($M=2.58$, $DE=1.213$), y mujeres ($M=3.26$, $DE=1.046$), cuyo tamaño puede ser considerado medio. Respecto al marco de representación del refugiado y/o migrante como posible carga [$t(185.98) = 8.533$, $p < 0.05$, $d=1.044$] se observan diferencias significativas entre hombres ($M=1.79$, $DE=0.807$) y mujeres ($M=1.14$, $DE=0.351$), cuyo tamaño puede considerarse fuerte. Por último, en el caso del marco de representación del refugiado y/o migrante como posible amenaza [$t(202.89) = 6.306$, $p < 0.05$, $d=0.6$] se observan diferencias significativas entre las imágenes que retratan a hombres ($M=1.59$, $DE=0.828$), y

mujeres ($M=1.12$, $DE=0.328$), cuyo tamaño puede ser considerado medio. Esto significa que, como se esperaba, las fotografías en las que aparecen mujeres suelen transmitir un marco de representación del refugiado y/o migrante como víctima más fuerte y con mayor frecuencia, frente a las fotografías en las que se retrata a hombres, que suelen transmitir con mayor fuerza y mayor frecuencia un marco de representación del refugiado y/o migrante como una posible carga o amenaza (ver Tabla 12). Siendo así, puede decirse entonces que existen claras diferencias en el tratamiento visual que los medios europeos hacen de los refugiados y/o migrantes por su género, no pudiéndose reportar diferencias tan sólo en el marco de representación positiva, en el que, aunque las imágenes con mujeres presentan una media mayor, estas diferencias no son significativas.

Tabla 12. Marcos simbólicos de los refugiados y migrantes diferenciados por el género de los retratados

	Hombres		Mujeres	
	M	DE	M	DE
Marco representación positiva	1.66	0.978	1.88	0.961
Marco representación como víctima *	2.58	1.213	3.26	1.046
Marco representación como carga **	1.79	0.807	1.14	0.351
Marco representación como amenaza *	1.59	0.828	1.12	0.328

* Diferencia de medias de tamaño pequeño

** Diferencia de medias de tamaño medio

*** Diferencia de medias de tamaño grande

Otro de los elementos denotativos analizados en relación con los marcos connotativos de los refugiados y migrantes transmitidos en los medios europeos fue la edad de los retratados. En este sentido, **H1d** enunciaba que las imágenes de estos medios tienden a representar a los niños migrantes como víctimas o de una manera positiva con mayor frecuencia que a los desplazados de mayor edad, los que, por otro lado, suelen ser representados con mayor frecuencia como una posible carga o amenaza. Al respecto, la prueba t reportó diferencias estadísticamente significativas en las fotografías con los cuatro tipos de marco de representación implícita del refugiado y/o migrante predefinidos. El marco de representación positiva [$t(225)= 4.078$, $p<0.05$, $d=0.551$] presenta diferencias entre las medias de las imágenes en que aparecen solamente niños ($M=2.21$, $DE=1.107$) y las imágenes en que aparecen solamente jóvenes y adultos ($M=1.62$, $DE=1.033$), que pueden considerarse de tamaño medio. En el marco de representación del refugiado y/o migrante como víctima [$t(196.34)=4.442$, $p<0.05$, $d=0.6$] se observaron diferencias estadísticamente significativas entre las imágenes que muestran solamente a niños ($M=3.05$, $DE=1.062$), y las que muestran solamente a jóvenes y adultos ($M=2.37$, $DE=1.198$), con un tamaño medio. En el caso de los marcos visuales connotativos más negativos, los que representan a los refugiados y migrantes como una posible carga [$t(190.44)= -11.447$, $p<0.05$, $d=1.408$] o como una posible amenaza [$t(168.31)= -8.044$, $p<0.05$,

$d=0,974$], también se observaron diferencias significativas entre el grupo de niños ($M=1.09$, $DE=0.292$; $M=1.05$, $DE=0.212$) y el de jóvenes y adultos ($M=1.96$, $DE=0.823$; $M=1.64$, $DE=0.830$), ambos casos con un tamaño fuerte. Esta situación, reflejada en la Tabla 13, denota que, como se esperaba, las fotografías en las que aparecen niños tienden a representar al refugiado y/o migrante de manera positiva, o como una víctima en su defecto, con mayor frecuencia que las fotografías en las que aparecen sujetos de mayor edad. En contraposición, las fotografías que retratan a individuos jóvenes y adultos tienden a representar al refugiado y/o migrante con mayor frecuencia como una posible carga o amenaza.

Tabla 13. Marcos simbólicos de los refugiados y migrantes diferenciados por la edad de los retratados

	Niños		Jóvenes y adultos	
	M	DE	M	DE
Marco representación positiva **	2.21	1.107	1.62	1.033
Marco representación como víctima **	3.05	1.062	2.37	1.198
Marco representación como carga ***	1.09	0.292	1.96	0.823
Marco representación como amenaza ***	1.05	0.212	1.64	0.830

* Diferencia de medias de tamaño pequeño

** Diferencia de medias de tamaño medio

*** Diferencia de medias de tamaño grande

Para terminar de contrastar **H1**, se procedió a comparar los distintos marcos connotativos respecto a la expresión religiosa manifestada por los refugiados y migrantes de las fotografías. En este sentido, **H1e** enunciaba que las fotografías en las que los refugiados y migrantes muestran algún tipo de práctica o manifestación religiosa tienden a representar a estos como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia que las fotografías en las que no se muestra tal manifestación. Por otro lado, las imágenes que no transmiten ningún tipo de manifestación religiosa tienden a representar con mayor frecuencia al refugiado y/o migrante como una víctima, o de una manera positiva. Respecto a esta premisa, la prueba t de comparación de medias arrojó diferencias estadísticamente significativas tan sólo en el marco de representación del refugiado y/o migrante como posible amenaza [$t(89.99) = -4.056$, $p < 0.05$, $d = 0.549$], dándose la relación que se esperaba entre ambas variables, ya que las fotografías en las que no se transmite manifestación religiosa representan con menor frecuencia al refugiado como posible amenaza ($M=1.38$, $DE=0.676$), que las imágenes en las que los retratados sí muestran algún tipo de expresión o creencia religiosa ($M=1.80$, $DE=0.844$). Esta diferencia puede considerarse de tamaño medio (ver Tabla 14). Respecto a los otros marcos, no presentaron diferencias estadísticamente significativas los marcos positivo [$t(498) = -0.218$, $p > 0.05$], de representación del refugiado como víctima [$t(498) = -0.651$, $p > 0.05$], ni de representación del refugiado como posible carga [$t(109.73) = 1.761$, $p > 0.05$]. Se resuelve entonces que las imágenes de refugiados y migrantes en las que estos expresan alguna manifestación religiosa representan de manera

connotativa a estos colectivos como una posible amenaza con mayor frecuencia que las fotografías en las que no se percibe tal manifestación religiosa.

Tabla 14. Marcos simbólicos de los refugiados diferenciados por la manifestación religiosa de los retratados

	Sin manifestación religiosa		Con manifestación religiosa	
	M	DE	M	DE
Marco representación positiva	1.82	1.008	1.85	0.946
Marco representación como víctima	2.91	1.190	2.81	1.201
Marco representación como carga	1.62	0.746	1.47	0.646
Marco representación como amenaza **	1.38	0.676	1.80	0.844

* Diferencia de medias de tamaño pequeño

** Diferencia de medias de tamaño medio

*** Diferencia de medias de tamaño grande

7.3. Los marcos simbólicos del país que más migrantes recibe en Europa Occidental

En otra línea, habiendo relacionado los marcos connotativos predefinidos con los elementos denotativos de las fotografías sobre refugiados y migrantes, se pretendía encontrar diferencias entre los marcos visuales simbólicos que predominan en los medios alemanes y el resto de países analizados; para lo que, una vez más, se ejecutó la prueba *t* de comparación de medias para muestras independientes. Para la formulación de esta hipótesis se consideró a Alemania como el principal destino de refugiados y migrantes en Europa Occidental y principal afectado por el conflicto migratorio vigente, ya que posee de lejos el número más elevado de solicitudes de asilo respecto al resto de países de la muestra. En este sentido, **H2** enunciaba que los medios alemanes tienden a difundir con mayor frecuencia que los medios del resto de países analizados fotografías en las que se representa al refugiado y/o migrante como una posible carga o una posible amenaza; y con menor frecuencia fotografías en las que se representa al refugiado y/o migrante como una víctima o de una manera positiva, marcos cuya frecuencia tiende a ser mayor en los otros países. Al respecto, la prueba *t* arrojó diferencias estadísticamente significativas tan solo para los marcos implícitos positivo [$t(185.6) = -3.205, p < 0.05, d = 0.333$] y de representación como posible carga [$t(498) = 3.897, p < 0.05, d = 0.407$] entre los medios alemanes ($M = 1.58, DE = 0.819$; $M = 1.85, DE = 0.821$) y los del resto de países analizados ($M = 1.89, DE = 1.030$; $M = 1.54, DE = 0.696$), ambos casos con un tamaño pequeño. Sin embargo, el test no mostró diferencias estadísticamente significativas para los otros dos encuadres connotativos, el que representa al refugiado y/o migrante como una víctima [$t(498) = 3.188, p > 0.05$], aunque en este caso, como se esperaba, la media es levemente mayor en el resto de países europeos analizados ($M = 2.73, DE = 1.196$) que en Alemania ($M = 2.94, DE = 1.187$); y el que representa al refugiado y/o migrante como una posible amenaza [$t(498) = 3.188, p > 0.05$], aunque en este caso, también como se predijo, la media es discretamente mayor en el país alemán ($M = 1.54,$

DE=0.771) que en el resto (M=1.42, DE=0.703). Estas diferencias pueden observarse en la Tabla 15.

Siendo así, **H2** no puede confirmarse en su totalidad, aunque sí parcialmente, dado que los medios alemanes tienden a representar a los refugiados y migrantes con mayor frecuencia que el resto de países de Europa Occidental como una posible carga, y menos de manera positiva.

Tabla 15. Marcos simbólicos de los refugiados comparados entre el país alemán y el resto de países

	Alemania		Resto países	
	M	DE	M	DE
Marco representación positiva *	1.58	0.819	1.89	1.030
Marco representación como víctima	2.73	1.196	2.94	1.187
Marco representación como carga *	1.85	0.821	1.54	0.696
Marco representación como amenaza	1.54	0.771	1.42	0.703

* Diferencia de medias de tamaño pequeño

** Diferencia de medias de tamaño medio

*** Diferencia de medias de tamaño grande

7.4. Dos períodos de la crisis migratoria y dos maneras de enmarcarla

Para finalizar, el presente estudio pretendía encontrar diferencias temporales de tratamiento visual de los refugiados y migrantes en los medios europeos respecto a dos períodos predefinidos. Al respecto, **H3** enunciaba que durante el primer período –2013-2014–, las fotografías tienden a mostrar el sufrimiento de los refugiados y migrantes, representándolos mayoritariamente como víctimas, mientras que, durante el segundo período –2015-2017–, las fotografías de estos medios tienden a representar al refugiado y/o migrante como una posible carga o amenaza con mayor frecuencia y menos como a una víctima respecto al primer período.

Para contrastar esta hipótesis se hizo uso uno vez más de la prueba *t Student* para muestras independientes, además de estadísticos descriptivos, diferenciando los resultados del análisis respecto a las dos etapas. La prueba *t* arrojó diferencias de medias estadísticamente significativas para todos los marcos implícitos estudiados menos el positivo [$t(498)=1.134$, $p>0.05$]. En cuanto al resto de marcos, todos mostraron diferencias respecto a los períodos temporales, tal y como se predijo. El marco de representación del refugiado como víctima [$t(498)=3.188$, $p<0.05$, $d=0.288$] resultó ser predominante durante el primer periodo (M=3.10, DE=1.190), frente al segundo período (M=2.76, DE=1.173). Esta diferencia puede considerarse pequeña. En cuanto al marco de representación como posible carga [$t(498)= -7.130$, $p<0.05$, $d=0.645$], como se esperaba, resultó ser menos frecuente durante el primer periodo (M=1.33, DE=0.687), respecto a la segunda etapa (M=1.78, DE=0.707). Esta diferencia puede considerarse de tamaño medio. Por último, en cuanto al marco de representación como posible amenaza

[$t(424.81) = -4.263$, $p < 0.05$, $d = 0.382$], también como se planteó en la hipótesis, resultó ser menos predominante durante el primer período ($M = 1.28$, $DE = 0.708$), que durante el segundo ($M = 1.55$, $DE = 0.704$). Esta diferencia puede considerarse pequeña (ver Tabla 16).

Así, **H3** se confirma también de manera parcial, ya que, aunque la diferencia de tratamiento visual en los medios europeos respecto a los refugiados y migrantes presenta las diferencias que se enunciaban en la hipótesis, en el caso del marco connotativo positivo estas diferencias no son estadísticamente significativas. En el resto de casos, los dos períodos presentaron las diferencias que se esperaban, predominando la representación del refugiado y/o migrante como posible carga y/o amenaza durante la segunda etapa, a partir de 2015 (ver Figura 4 en anexos).

Tabla 16. Marcos connotativos de los refugiados comparados entre períodos

	2013-2014		2015-2017	
	M	DE	M	DE
Marco representación positiva	1.89	1.036	1.79	0.972
Marco representación como víctima *	3.10	1.190	2.76	1.173
Marco representación como carga **	1.33	0.687	1.78	0.707
Marco representación como amenaza *	1.28	0.708	1.55	0.704

* Diferencia de medias de tamaño pequeño

** Diferencia de medias de tamaño medio

*** Diferencia de medias de tamaño grande

6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El presente trabajo, enmarcado dentro de los estudios en comunicación visual y fundamentado en las bases teóricas del *visual framing*, pretendía analizar el tipo de tratamiento visual que desarrollan en la actualidad los medios informativos europeos acerca de los refugiados y migrantes. Este análisis tuvo lugar en tres niveles, atendiendo a la tipología propuesta por Rodríguez y Dimitrova (2011): el estilístico y/o formal, el denotativo, y el simbólico y/o connotativo. Para ello, se llevó a cabo un análisis de contenido de las imágenes sobre refugiados y migrantes publicadas por los principales medios europeos desde 2013, cuando la vigente Crisis Migratoria de Europa y del Mediterráneo comenzaba a trascender informativamente en Occidente. El propósito principal era identificar los marcos visuales predominantes que ofrecen los medios respecto a la figura del refugiado y/o migrante, y comprender como estos sujetos son mayoritariamente representados en los principales medios europeos, tomando como referencia diferencial a Alemania, que destaca como el principal país receptor de migrantes, y estableciendo diferencias temporales entre dos períodos marcados.

Bajo estas premisas, del análisis de contenido desarrollado se pudo resolver, en el plano denotativo, que las fotografías sobre refugiados y migrantes que publican los principales

medios de Europa Occidental tienden a retratar mayoritariamente a estos actores en campos de refugiados, espacios fronterizos, o en espacios urbanos, calles y plazas; suelen enmarcarlos como actores únicos del encuadre, aunque si son acompañados de otro tipo de sujetos, estos suelen ser mayoritariamente cuerpos de seguridad y, en escasas ocasiones, personalidades políticas, quienes tienden a robar el protagonismo a los migrantes. Los sujetos parecen proceder mayoritariamente de los países árabes, suelen aparentar un buen estado físico, y tienden a ser representados en grupos de varios individuos, ambos géneros y diversas edades, aunque destacan las imágenes en las que se muestra a niños, jóvenes y/o adultos sólo de género masculino. En cuanto a las acciones que suelen ser retratadas con mayor frecuencia, sobresalen las que muestran la cotidianidad y el sufrimiento de los refugiados y migrantes, así como las que representan a estos colectivos como víctimas y hacen que el espectador sea capaz de identificarse con estos personajes y sentir algún tipo de empatía y responsabilidad social. Respecto a las expresiones gestuales de los refugiados y migrantes retratadas con mayor frecuencia en los medios analizados, parecen destacar las negativas que manifiestan sufrimiento e indignación, aunque, frente a los esperado, también se reportó una elevada frecuencia de expresiones positivas en los desplazados retratados en las imágenes. En el plano estilístico, este trabajo resolvió que las imágenes sobre refugiados y migrantes que publican los medios de los principales países europeos tienden a retratar a estos colectivos a través de planos abiertos como el plano general o el plano conjunto, aunque con una longitud focal estándar, en localizaciones exteriores, y con posturas predominantemente naturales y espontáneas. Por último, en cuanto al nivel connotativo de los marcos visuales, al que mayor interés se ha prestado en este trabajo por su capacidad de transmitir significados simbólicos e implícitos a través de la imagen, se concluyó que las imágenes de refugiados y migrantes publicadas por los medios europeos tienden a transmitir un sentimiento general negativo y a representar a estos individuos mayoritariamente como víctimas. Sorprende además, frente a toda expectativa previa, la frecuencia con la que los desplazados son representados de manera positiva, mayor aún que la frecuencia con la que son representados como una posible carga y/o posible amenaza para las sociedades occidentales receptoras.

En otra línea, este trabajo pretendía extraer una serie de inferencias respecto a los elementos denotativos que podrían dar forma a los marcos connotativos de representación de los refugiados y migrantes definidos. Al respecto, las pruebas inferenciales realizadas concluyeron que esos marcos connotativos presentan diferencias en relación a la cantidad de individuos miembros que se muestran en la imagen, siendo las fotografías que muestran a un mayor

número de actores las que transmiten con mayor frecuencia unos marcos de representación del refugiado y/o migrante como posible carga y/o amenaza. También se reportaron diferencias en los marcos simbólicos en relación a si aparecen retratados cuerpos de seguridad o no en estos encuadres, actores cuya presencia parece transmitir con mayor frecuencia una representación de los desplazados como una posible carga y/o amenaza, y menos de manera positiva. Respecto al género, se resolvió que las mujeres tienden a transmitir una representación simbólica del refugiado y/o migrante como víctima con mayor frecuencia que los hombres que, por su parte, tienden a percibirse connotativamente como una posible carga y/o amenaza con mayor frecuencia. Lo mismo parece ocurrir con la edad de los actores retratados, ya que los datos indican que las fotografías en las que aparecen niños tienden a representar al refugiado y/o migrante de manera positiva o como una víctima con mayor frecuencia que las fotografías en las que aparecen sujetos de mayor edad, quienes tienden a representar al refugiado y/o migrante con mayor frecuencia como una posible carga o amenaza. Por último, a pesar de que no se dio una alta frecuencia de imágenes en las que los refugiados y migrantes expresasen o se asociasen con cierto tipo de práctica o manifestación religiosa, el análisis inferencial reportó que estas fotografías representan a los actores desplazados como una posible amenaza para las sociedades occidentales con mayor frecuencia que las que no transmiten ningún tipo de expresión religiosa.

Por otra parte, definidos los elementos denotativos que conforman y fundamentan los principales marcos connotativos de los refugiados y migrantes que transmiten los medios europeos, se propuso identificar diferencias entre los medios alemanes y los del resto de países europeos, con menor incidencia del conflicto migratorio en sus fronteras. En este sentido, los medios germanos reportaron diferencias en cuanto a la frecuencia que transmiten algunos de los marcos implícitos establecidos, y en la dirección esperada, lo que se traduce en un tratamiento visual diferenciado del resto de medios europeos analizados. Como se predijo, los datos reportaron que los medios alemanes tienden a representar a los refugiados y migrantes más como una posible carga y amenaza, y menos de manera positiva y como víctima que los medios del resto de países occidentales, aunque en el caso de los marcos de representación como víctima y posible amenaza los resultados no fueron estadísticamente significativos.

Para terminar, el objetivo último del presente trabajo era comparar los marcos de representación simbólica presentes en los medios analizados y en cada uno de los períodos establecidos, el primero de inicios de la crisis migratoria del Mediterráneo (2013-2014), cuando la incidencia del conflicto sobre tierras occidentales aún era relativamente débil, y el segundo más reciente (2015-2017), a partir de que aumentase de forma dramática la llegada masiva de desplazados a

fronteras europeas. En este sentido, se dispuso que los marcos serían más benevolentes con los migrantes en el primer período, mostrándoles con mayor frecuencia de manera positiva, o como víctimas reales del conflicto, inocentes y necesitadas, en situaciones miserables y desesperadas; mientras que en el segundo período estos mismos migrantes serían representados más frecuentemente como una posible carga y/o amenaza para las sociedades occidentales, modificándose así el tratamiento informativo que recibirían estos colectivos por parte de la prensa europea. Bajo estas premisas se llevó a cabo la prueba t de comparación de medias, que permitió confirmar H3 de manera parcial, dado que, aunque la diferencia de tratamiento visual en los medios europeos respecto a los refugiados y migrantes presenta las diferencias predichas, en el caso del marco connotativo positivo estas diferencias no son estadísticamente significativas. No obstante, en el resto de casos, los dos períodos reportaron las diferencias que se esperaban, predominando la representación del refugiado y/o migrante como posible carga y/o amenaza durante la segunda etapa, a partir de 2015.

Al confirmar las hipótesis planteadas, aun de forma parcial, este trabajo confirma del mismo modo los hallazgos aportados por Hellmueller y Zhang (2017, mayo), quienes, también a través de un análisis de contenido, buscaron divergencias en el tratamiento visual sobre de la crisis de refugiados y migrantes en Europa y el Mediterráneo que desempeñan el medio internacional CNN, y Der Spiegel, medio referente de Alemania. Estos autores concluyeron que el medio alemán suele transmitir con mayor frecuencia la percepción de amenaza y de necesidad de control, mientras que en el medio internacional predominan mayormente los marcos visuales de tendencia más humanista, los que muestran el sufrimiento de los desplazados y los retratan como supuestas víctimas. En ese mismo trabajo, además, también se establecieron tales diferencias en un marco temporal dividido en dos etapas, una previa a la publicación internacional de la fotografía de un niño sirio muerto en costas turcas, en 2015, y otra posterior a ese acontecimiento, considerado punto de inflexión en la cobertura informativa de la crisis migratoria a nivel global. En suma, las consideraciones que se concluyen del presente estudio pueden relacionarse a nivel ideológico con las percepciones de los refugiados como posible amenaza simbólica y amenaza realista que hallaron Schweitzer, Perkoulidis, Krome, Ludlow y Ryan (2005) en la sociedad australiana, así como con los datos extraídos de la encuesta sobre las actitudes mundiales *Europeans fear wave of refugees will mean more terrorism, fewer Jobs* (Wike, Stokes, Simmons, 2016), donde los ciudadanos consideraban a los refugiados como una posible carga y/o amenaza para su país. Pero los resultados relacionados que aquí se extraen respecto a los elementos denotativos que conforman los marcos connotativos se asocian

también a ideológicamente con las actitudes negativas de los europeos frente a los refugiados reveladas por Bansak, Hainmueller y Hangartner (2016), quienes establecen un orden de características de los migrantes que podrían influir en las posibilidades de aceptación de estos sujetos, teniendo en cuenta atributos como la edad, el género o la religión. Por su parte, López del Ramo y Humanes (2016) revelan que los medios europeos difunden mayoritariamente una imagen tranquila, sosegada y realista de los refugiados y migrantes; lo que podría asociarse con las categorías que definían los marcos aquí interpretados como positivos, aunque en este caso la presencia no ha sido tan destacada frente a otros marcos de connotación negativa que transmiten una percepción del refugiado y/o migrante como víctima.

Para finalizar, teniendo en cuenta lo aquí resuelto en relación con los marcos connotativos de los refugiados y migrantes que predominan en las imágenes que publican los medios europeos, así como los elementos denotativos que inciden de manera más o menos directa sobre cada marco definido, cabe la posibilidad de extraer conclusiones en un plano ideológico, el cuarto nivel de análisis del *visual framing* (Rodríguez y Dimitrova, 2011). En este sentido, se concluye que los medios europeos no siempre desempeñan un tratamiento visual inocente y desinteresado del conflicto migratorio que sacude a Europa, sino que, más bien, esa cobertura responde frecuentemente a unas intenciones marcadas y definidas, condicionadas por muy diversos factores. Tal conjetura queda patente en las diferencias que este trabajo ha reportado en los marcos connotativos predominantes en Alemania, principal país anfitrión y receptor de migrantes en Europa Occidental, frente al resto de países analizados, menos afectados por la crisis migratoria. Esto parece indicar que los medios de ciertas regiones, más azotadas por la ola migratoria, y que reciben un mayor número de solicitudes de asilo, adoptan cierto tipo de tratamiento informativo respecto a los refugiados y migrantes, diferenciado de otras zonas, y con un interés claro y concreto de mostrar a esos actores menos como víctimas y necesitados, y más como una posible carga de tipo económico, y una posible amenaza, tanto realista como simbólica, para las culturas y sociedades occidentales; procurando así afectar en mayor o menor grado en la opinión pública local, y legitimar de algún modo cierto tipo de medidas fronterizas y/o anti-inmigración. Y esta misma situación parece darse a nivel continental en una escala temporal, ya que el común de los países analizados presenta un discreto cambio progresivo de cobertura visual, aumentando en líneas generales la presencia de marcos que representan a los refugiados y migrantes como una posible carga y/o amenaza en el segundo período establecido. La explicación es la misma, dado que, aunque Alemania ha sido el principal afectado por la llegada masiva de desplazados, desde 2015 el conflicto se ha venido agravando y expandiendo

por todas las fronteras europeas sin excepción, con consecuencias más o menos relevantes para todos los países y en todos los niveles de la sociedad. Siendo así, parece que la labor de los medios europeos en esta crisis ha pasado en los últimos años de ser la meramente informativa a ser también ideológica, y hasta cierto punto propagandística. Los medios europeos, en especial los más afectados por el conflicto, parecen haber tomado cartas en un asunto de interés público y preocupación global, enmarcando deliberadamente los acontecimientos, con unos elementos denotativos seleccionados específicos y sesgados, modificando los escenarios donde se retrata a los migrantes, desviando la atención de las zonas de guerra y los campos de refugiados hacia fronteras y núcleos urbanos más cercanos a los occidentales, retratando con relativa mayor frecuencia a otro tipo de actores, como los cuerpos de seguridad, y representando a los desplazados cada vez más como una masa atemorizante, cada vez más deshumanizada. Y todo con la posible intención de incentivar cierto temor y reactivar ciertas actitudes negativas hacia unos colectivos ya generalmente estigmatizados.

Y enlazando directamente lo hallado con el marco teórico que fundamentaba este estudio, cabe señalar la implicación teórica y práctica que supone lo aquí resuelto para la comunicación visual. Por un lado, este trabajo supone un aporte metodológico ya que nuevas una forma singular de plantear el análisis de los marcos visuales a través de sistemas categoriales, partiendo de un proceso inductivo que permite explicar los elementos denotativos que forman parte y componen los principales encuadres connotativos, localizados en un tercer nivel del *visual framing*, y considerados de mayor relevancia por suponer el plano que más efecto puede generar sobre las audiencias, ya que estos son los que transmiten en última instancia los símbolos e ideas latentes, infundados o no por los propios medios, fotógrafos y editores. En otra vía, las consideraciones que plantea este trabajo debieran suponer una implicación práctica en el sentido de que los responsables de constituir las agendas mediáticas dominantes o, en su defecto, los medios alternativos o las propias instituciones europeas puedan contar con una tipología reducida, concreta y definida de marcos visuales respecto a los símbolos y representaciones de los refugiados y migrantes que transmiten. Esto quiere decir, en última instancia, que tanto el mundo académico como el mediático, así como el institucional debieran asumir cierta responsabilidad frente al conflicto migratorio histórico que sacude nuestro el continente europeo y, para ello, los responsables pueden y deben contar con herramientas y tener en consideración las formas en que los refugiados y migrantes pueden ser representados (en este caso visualmente) en los distintos medios sociales e informativos, para poder influir de algún modo en las percepciones y actitudes de las sociedades europeas, con el fin de generar

una mayor aceptación e integración de unos colectivos martirizados en sus países y normalmente excluidos en el resto de regiones.

7. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Para empezar, aun suponiendo un avance en un campo aun poco explorado, como es el de la comunicación visual, el alcance de un estudio centrado exclusivamente en la imagen como medio de influencia sobre la opinión pública no deja de tener un alcance muy limitado. Por esta razón sería conveniente complementar los resultados aquí expuestos con otro tipo de investigaciones que estudien la representación de los refugiados y migrantes en los medios europeos a través del texto, así como nuevos trabajos que generen sinergias entre ambas ramas teóricas, el *framing* textual y el visual, relacionando la imagen con la palabra y prestando atención a estructuras y emplazamientos, a partir del análisis de contenido, pero también del análisis de discurso como metodología de valor agregado.

Por otra parte, aunque el presente estudio define una tipología reducida y concreta de marcos de representación simbólica e ideológica de los refugiados y migrantes que se difunden en los medios de Occidente, y describe una serie de patrones estilísticos y denotativos a partir de atributos y elementos clave que se repiten con mayor o menor frecuencia en las fotografías publicadas en tales medios, el propio análisis de contenido no permite por sí solo, sin embargo, obtener inferencias sobre el efecto real de esos marcos sobre las distintas audiencias (Wimmer y Dominick, 1994). Lo que sí hace un estudio de este tipo es proporcionar un aporte instrumental y metodológico, así como abrir el camino para plantear nuevas hipótesis relacionadas con la influencia de los encuadres aquí definidos sobre la opinión pública, y desarrollar nuevas investigaciones que contrasten y complementen las premisas aquí expuestas, a través de otras metodologías como la encuesta sociológica o el experimento.

Por último, en el presente estudio se evidencia una limitación que viene definida por las características de la propia muestra de conveniencia, así como por los reducidos recursos empleados. Esto es, por un lado, una limitación respecto al ámbito geográfico de la muestra, debido a la dificultad de recopilar suficientes unidades de análisis de suficientes medios de suficientes países como para generar una muestra realmente representativa del universo mediático europeo occidental. Y, por otro lado, una limitación temporal, ya que la muestra aquí empleada se limitó deliberadamente a las dos etapas predefinidas, desde 2013 hasta el momento presente. Estas limitaciones plantean obvios interrogantes acerca del modo en que el resto de medios y de países descartados de este trabajo enmarcan y representan a los refugiados y

migrantes, y como ese tratamiento informativo, en términos globales, era en un primer término de la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo, e incluso en etapas previas a este conflicto.

A pesar de esto, los hallazgos que aquí se presentan podrán servir para identificar de manera más concreta los marcos visuales de los refugiados y migrantes que se transmiten a grandes rasgos en los medios europeos, y para comprender mejor la manera en que esos sujetos pueden ser representados implícitamente a través de la imagen. En suma, con el presente trabajo se pretende ofrecer un aporte metodológico para futuras investigaciones, así como contribuir de alguna manera al desarrollo de nuevas herramientas de identificación y detección de los marcos predefinidos a mayor escala a través de medios computarizados, haciendo uso de algoritmos de inteligencia artificial y de aprendizaje automático, que permitan conocer la predominancia de los marcos a gran escala, por localizaciones y en tiempo real y, por ende, las posibles actitudes hacia los refugiados latentes en distintas regiones, así como los lugares donde pudiera existir una mayor probabilidad de integración de estos colectivos estigmatizados.

8. REFERENCIAS

- Aguado, O. V. (1999). Negro sobre blanco: inmigrantes, estereotipos y medios de comunicación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (12), 55-60.
- Alonso, F. (2007). *Documentalidad y artisticidad en el medio fotográfico*. Barcelona: UOC.
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, (1951). *Convención sobre el Estatuto de los Refugiados* [en línea]. Ginebra, Suiza: ACNUR. Recuperado de: <http://www.acnur.org/fileadmin/scripts/doc.php?file=fileadmin/Documentos/BDL/2001/0005>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, (2016). *Tendencias globales: Desplazamiento forzado en 2015. Forzados a huir* [en línea]. Ginebra, Suiza: ACNUR. Recuperado de <http://www.acnur.org/t3/fileadmin/Documentos/Publicaciones/2016/10627.pdf>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, (2017). *Tendencias globales: Desplazamiento forzado en 2016* [en línea]. Ginebra, Suiza: ACNUR. Recuperado de <http://www.acnur.org/fileadmin/scripts/doc.php?file=fileadmin/Documentos/Publicaciones/2017/11152>
- Álvarez-Gálvez, J. (2014). El consumo de medios informativos y las actitudes hacia los inmigrantes. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 145(1), 3-23.
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D., y Barrios, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex differences in facial prominence. *Journal of Personality and social Psychology*, 45(4), 725.
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Más poder local*, 30, 36-42.
- Bansak, K., Hainmueller, J., y Hangartner, D. (2016). How economic, humanitarian, and religious concerns shape European attitudes toward asylum seekers. *Science*, 354(6309), 217-222.
- Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Bock, M. A. (2017, mayo). *Theorizing Visual Framing: Metaphore, Mode, and Materiality*. Comunicación presentada en el 67th Annual ICA Conference, San Diego, USA.

- Brüggemann, M. (2014). Between frame setting and frame sending: How journalists contribute to news frames. *Communication Theory*, 24(1), 61-82.
- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., y Iyengar, S. (2016). The end of framing as we know it... and the future of media effects. *Mass Communication and Society*, 19(1), 7-23.
- Cea D'Ancona, M. Á. (2004). La activación de la xenofobia en España: ¿Qué miden las encuestas? *Monografías*, 210(14).
- Centro de Investigaciones Sociológicas (1996). *Actitudes hacia la inmigración (II)*. Estudio nº 2214.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2017). *Actitudes hacia la inmigración (VII)*. Estudio nº 3019.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2ª ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
- Coleman, R. (2010). Framing the pictures in our heads. *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, 233-261.
- Corral-García, A., y Fernández-Romero, C. (2015). Framing y mundo árabe: la cobertura de la prensa española en torno a la revolución tunecina. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 793-811.
- Dastgeer, S., y Gade, P. J. (2016). Visual framing of Muslim women in the Arab Spring: Prominent, active, and visible. *International Communication Gazette*, 78(5), 432-450.
- Enríquez, C. G. (2015). *La crisis de los refugiados y la respuesta europea*. Real Instituto Elcano, Madrid, España.
- Entman, R. M. (1991). Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of communication*, 41(4), 6-27.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. University of Chicago Press.
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of communication*, 57(1), 163-173.

- Escalona, A. I. (1995). El estudio de las migraciones de refugiados: cuestiones teóricas y metodológicas. *Geographicalia*, (32), 63-82.
- Esses, V. M., Veenvliet, S., Hodson, G., y Mihic, L. (2008). Justice, morality, and the dehumanization of refugees. *Social Justice Research*, 21(1), 4-25.
- Fahmy, S. (2004). Picturing Afghan women: A content analysis of AP wire photographs during the Taliban regime and after the fall of the Taliban regime. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 66(2), 91-112.
- Fahmy, S., Cho, S., Wanta, W., y Song, Y. (2006). Visual agenda-setting after 9/11: Individuals' emotions, image recall, and concern with terrorism. *Visual Communication Quarterly*, 13(1), 4-15.
- Fahmy, S., y Kim, D. (2008). Picturing the Iraq War Constructing the Image of War in the British and US Press. *International Communication Gazette*, 70(6), 443-462.
- Fahmy, S. (2010). Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English-and Arabic-language press coverage of war and terrorism. *International Communication Gazette*, 72(8), 695-717.
- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas: fotografía y verdad*. Gustavo Gili.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., y Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual review of sociology*, 373-393.
- Hainmueller, J., y Hopkins, D. J. (2014). Public attitudes toward immigration. *Annual Review of Political Science*, 17, 225-249.
- Hellmueller, L. C., Zhang, X. (2017, mayo). *Shifting Toward a Humanized Perspective? A Visual Framing Analysis of the Refugee and Migrant Crisis on CNN International and Der Spiegel*. Comunicación presentada en el 67th Annual ICA Conference, San Diego, USA.
- Hayes, A. F., y Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures*, 1(1), 77-89.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., Cheng, L., Humanes, M., Mellado, C., Medina, E., y Erazo, M. (2004). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa española: análisis comparativo

- de los diarios El País, El Mundo, ABC y La Razón. *Ferrol Análisis. Revista de Pensamiento y Cultura*, (19), 197-208.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., y Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones. Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones*, (17), 143-181.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., Otero, J. A., y De la Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.
- Kalkan, K. O., Layman, G. C., y Uslander, E. M. (2009). “Bands of others”? Attitudes toward Muslims in contemporary American Society. *The Journal of Politics*, 71(3), 847-862.
- Leide, J. (2017, mayo). *Muslim Women on Instagram: Creating Subjectivity Through Photo-Sharing on Social Media*. Comunicación presentada en el 67th Annual ICA Conference, San Diego, USA.
- López del Ramo, J. L., y Humanes, M. L. H. (2016). Análisis del framing visual y sus componentes en el tratamiento fotográfico de la crisis de los refugiados sirios en medios de prensa internacional. *Scire: representación y organización del conocimiento*, 22(2), 87-97.
- López, P., Otero, M., Pardo, M., y Vicente, M. (2010). *La imagen del mundo árabe y musulmán en la prensa española*. Sevilla: Fundación Tres Culturas. Depósito legal: SE-1514.
- Maataoui, M. E. (2006). El Otro entre Nosotros: el musulmán en la prensa. En M. Lario Bastida, (ed.), *Medios de comunicación e inmigración* (pp. 97-123). Murcia: Convivir sin Racismo. Programa CAM Obra Social Murcia.
- Mandell, L. M., y Shaw, D. L. (1973). Judging people in the news—unconsciously: Effect of camera angle and bodily activity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 17(3), 353-362.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann (eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (pp. 13-34). Barcelona: Paidós.

- McCombs, M., y Ghanem, S. I. (2001). The convergence of agenda setting and framing. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 67-81.
- Messaris, P., y Abraham, L. (2001). The role of images in framing news stories. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 215-226.
- Muñiz, C., Igartua, J. J., y Otero, J. A. (2006). Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido. *Comunicación y Sociedad*, 19(1), 103-128.
- Neuendorf, K. A. (2002) *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Organización Internacional para las Migraciones (2016). *La OIM contabiliza 3.771 muertes de migrantes en el Mediterráneo en 2015, y más de un millón de llegadas de migrantes por mar* [en línea]. Ginebra, Suiza: OIM. Recuperado de <https://www.iom.int/es/news/la-oim-contabiliza-3771-muertes-de-migrantes-en-el-mediterraneo-en-2015-y-mas-de-un-millon-de-llegadas-de-migrantes-por-mar>
- Palacios, E. (2015). La construcción de los encuadres noticiosos de la inmigración en la prensa de Castilla y León. Salamanca: Universidad de Salamanca [Tesis doctoral].
- Perreault, G. P., Paul, N. (2017, mayo). *Symbolic Convergence in Depictions of Syrian Migrants: A Fantasy Theme Analysis of the Humans of New York Series "The Syrian Americans"*. Comunicación presentada en el 67th Annual ICA Conference, San Diego, USA.
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), 1-42.
- Ramírez, M. M. (2011). El valor de la fotografía como objeto de estudio y en las investigaciones sobre comunicación: reflexiones teóricas. *Discursos fotográficos*, 7(11), 55-76.
- Rodríguez, L., y Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*, 30(1), 48-65.
- Rostovtseva, N. (2009). *Inter-media agenda setting role of the blogosphere: A content analysis of the Reuters photo controversy coverage during the Israel-Lebanon conflict in 2006*. EEUU, Carolina del Norte: Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill [Tesis doctoral].

- Sádaba, T. (2006). *Framing: una teoría para los medios de comunicación*. España: Ulzama.
- Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias: el binomio terrorismo-medios*. La Crujía Ediciones.
- Said, E. W. (2011). *Cubriendo el Islam: cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo*. EEUU: Debate.
- Schweitzer, R., Perkoulidis, S., Krome, S., Ludlow, C., y Ryan, M. (2005). Attitudes towards refugees: The dark side of prejudice in Australia. *Australian Journal of Psychology*, 57(3), 170-179.
- Shoemaker, P., y Reese, S. D. (2011). *Mediating the message*. New York: Routledge.
- Sontag, S. (2012). *Sobre la fotografía*. Buenos Aires: Debolsillo.
- Tuchman, G. (1978). Making news: A study in the construction of reality.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
- Vásquez Rocca, A. (2007). La Fotografía y las formas del olvido; Del furor de la imagen al frenesí de lo real. *Almiar. Margen cero (Revista cultural de lectura rápida)*.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of communication*, 57(1), 142-147.
- Wike, R., Stokes, B., y Simmons, K. (2016). Europeans fear wave of refugees will mean more terrorism, fewer jobs. *Pew Research Center*, 11.
- Wimmer, D. y Dominick, J. (1994). Análisis de contenido. En Dader, J. (trad.). (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos* (pp.168-193). Barcelona: Bosch.
- Zillmann, D., Gibson, R., y Sargent, S. L. (1999). Effects of photographs in news-magazine reports on issue perception. *Media Psychology*, 1(3), 207-228.

9. ANEXOS

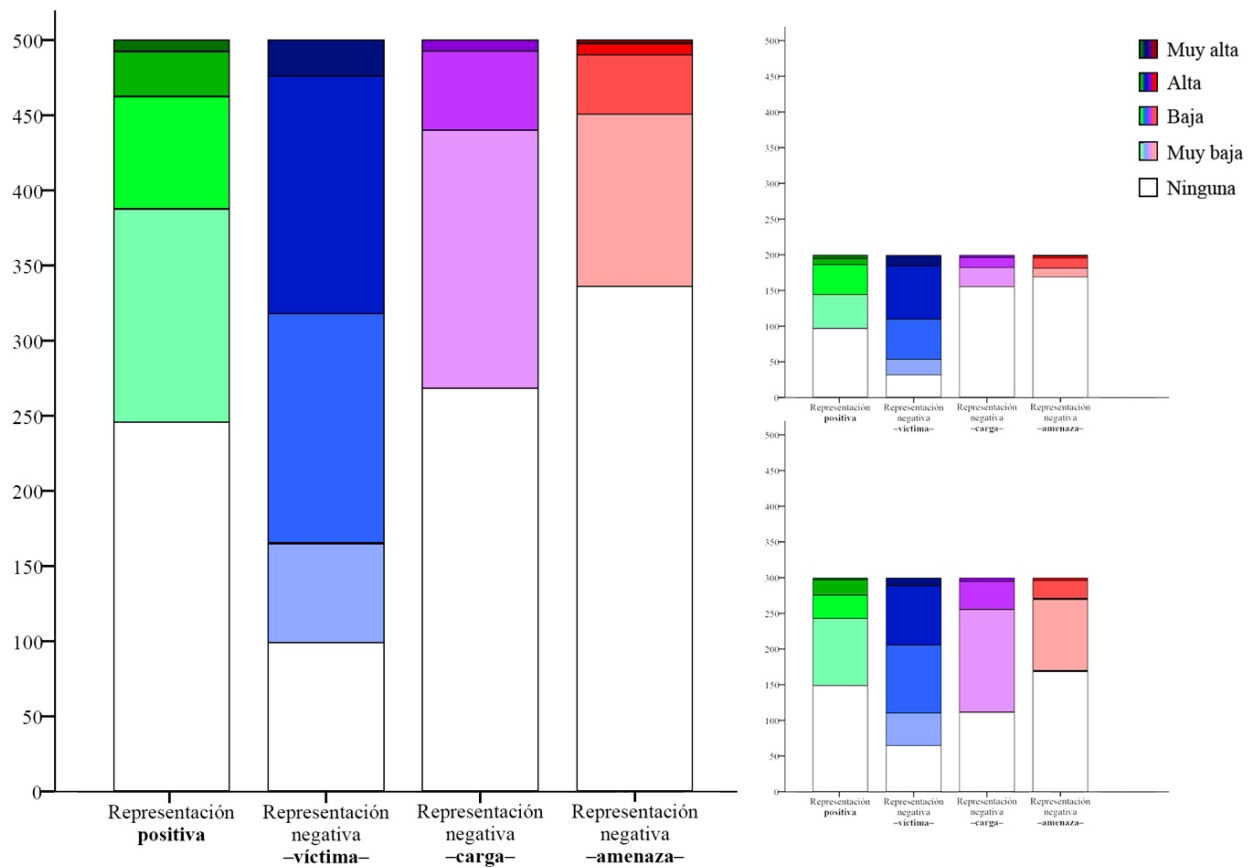
Anexo I. Tabla 16

Tabla 16. Marcos connotativos de los refugiados comparados entre periodos con frecuencias y porcentajes

Variables	Valores	Frecuencia		Porcentaje válido	
Período 1 (2013-2014)					
Representación positiva (M=1.89, DE=1.03)	Ninguna	96		48%	
	Muy baja	48	104	24%	52%
	Baja	43		21.5%	
	Alta	8		4%	
	Muy alta	5		2.5%	
Representación negativa (víctima) (M=3.10, DE=1.19)	Ninguna	32		16%	
	Muy baja	21	168	10.5%	84%
	Baja	57		28.5%	
	Alta	75		37.5%	
	Muy alta	15		7.5%	
Representación negativa (carga) (M=1.33, DE=0.68)	Ninguna	156		78%	
	Muy baja	27	44	13.5%	22%
	Baja	13		6.5%	
	Alta	4		2%	
	Muy alta	0		0%	
Representación negativa (amenaza) (M=1.28, DE=0.71)	Ninguna	169		84.5%	
	Muy baja	12	31	6%	15.5%
	Baja	15		7.5%	
	Alta	3		1.5%	
	Muy alta	1		0.5%	
Período 2 (2015-2017)					
Representación positiva (M=1.79, DE=0.97)	Ninguna	149		49.7%	
	Muy baja	94	51	31.3%	50.3%
	Baja	32		10.7%	
	Alta	22		7.3%	
	Muy alta	3		1%	
Representación negativa: víctima (M=2.76, DE=1.17)	Ninguna	65		21.7%	
	Muy baja	46	135	15.3%	78.3%
	Baja	96		32%	
	Alta	83		27.7%	
	Muy alta	10		3.3%	
Representación negativa: carga (M=1.78, DE=0.71)	Ninguna	112		37.3%	
	Muy baja	145	88	48.3%	62.7%
	Baja	40		13.4%	
	Alta	3		1%	
	Muy alta	0		0%	
Representación negativa: amenaza (M=1.55, DE=0.70)	Ninguna	168		56%	
	Muy baja	103	32	34.3%	44%
	Baja	25		8.3%	
	Alta	4		1.3%	
	Muy alta	0		0%	

Anexo II. Figura 4

Figura 4. Frecuencia de los marcos connotativos de los refugiados y migrantes y diferencias entre períodos



Anexos III. Codebook

LIBRO DE CÓDIGOS

MARCOS VISUALES DE REFUGIADOS Y MIGRANTES EN MEDIOS EUROPEOS

INTRODUCCIÓN

El libro de códigos es un documento que funciona como manual de instrucciones diseñado a la medida de cada uno de los estudios que hacen uso del análisis de contenido como metodología principal. El objetivo del libro de códigos es explicar a los distintos jueces que participen del análisis el sistema categorial que aparecerá en la ficha de codificación y de manera pormenorizada. La ficha de análisis, por su parte, ha de servir como una especie de cuestionario dirigido a la unidad de análisis predefinida (Piñuel, 2002), y deberá ser rellenada por el propio codificador, cuya labor es encuestar a dicha unidad de análisis y responder por ella.

El presente libro de códigos explica el sistema categorial diseñado para el análisis de los marcos visuales de los refugiados y migrantes en los medios europeos, aportando notas aclaratorias que servirán de ayuda a los jueces colaboradores, cuyo análisis servirá para definir la fiabilidad de las diversas variables. La unidad de análisis de este trabajo es la imagen informativa en la que aparecen retratados refugiados y migrantes, procurando descartar del trabajo toda imagen que no represente a sujetos de estos grupos sociales.

El sistema de códigos aquí expuesto se ha centrado en el análisis de los tres primeros niveles de estudio del *framing* visual desarrollados por Rodríguez y Dimitrova (2011); estos son: el nivel denotativo, el estilístico y el connotativo. El nivel ideológico se ha excluido del presente trabajo, dado que el propósito final es contribuir metodológicamente al establecimiento de un sistema categorial y de unos marcos visuales simples, claros, concretos y específicos acerca de la figura del refugiado y migrante en los medios Occidentales, con los que poder entrenar a posibles algoritmos basados en aprendizaje automático supervisado para que, en un futuro próximo, este mismo análisis pueda llevarse a cabo de manera automatizada y con grandes cantidades de imágenes.

En el diseño de análisis categorial aquí expuesto, además, se ha hecho uso parcial, selectivo y adaptado de los sistemas previamente desarrollados por Hellmueller y Zhang (2017, mayo), para el análisis visual de la cobertura de la crisis migratoria europea en los medios globales; por López del Ramo y Humanes (2016) para el estudio de los marcos visuales de los refugiados en los medios internacionales; por Muñiz, Igartua y Otero (2006) para el análisis de las imágenes de la inmigración en la prensa española.

VARIABLES DEL LIBRO DE CÓDIGOS

A) Datos de identificación

1. Datos de identificación básicos

El nombre de cada archivo digital provee los datos de identificación básicos en código de la fotografía, correspondientes a: el número de identificación de la imagen, seguido del país de publicación original de la imagen, del medio de publicación original, y del año de publicación (e.g. “001_1_11_13” = “Nºimagen_país_medio_año”). Los valores asociados se muestran a continuación.

1.1. Número de identificación de la imagen –*N_IMA*– (Viene dado en el nombre del archivo digital)

1.2. Número de codificador –*N_COD*– (Número asignado a cada codificador)

1 = *Javier Amores*

2 = *Iñigo Guerrero*

3 = *Mario Ortega*

4 = *Laureano Boyero*

1.3. País dónde se publicó la imagen –*N_PAIS*– (Número asignado al país de publicación. Viene dado en el nombre del archivo)

1 = *Alemania*

2 = *España*

3 = *Francia*

4 = *Italia*

5 = *Reino Unido*

1.4. Medio dónde se publicó la imagen –*N_MEDIO*– (Número asignado al medio informativo. Viene dado en el nombre del archivo)

11 = *Der Spiegel* (*spiegel.de*)

12 = *Süddeutsche Zeitung* (*sueddeutsche.de*)

21 = *El País* (*elpais.com*)

22 = *El Mundo* (*elmundo.es*)

31 = *Le Monde* (*lemonde.fr*)

32 = *Le Figaro* (*lefigaro.fr*)

41 = *Corriere della Sera* (*corriere.it*)

42 = *La Repubblica* (*repubblica.it*)

51 = *Daily Mail* (*dailymail.co.uk*)

52 = *Reuters* (*reuters.com*)

1.5. Año de publicación –*N_ANO*– (Año en el que se publicó la imagen)

13 = *2013*

14 = *2014*

15 = *2015*

16 = *2016*

17 = *2017*

B) Análisis estilístico de la imagen (nivel 2. Rodríguez y Dimitrova, 2011)

2. Análisis formal de las fotografías

2.1. Tipo de fotografía –*TIPFOT*– (Las fotografías de paisaje o bodegón en las que no aparezca ninguna figura humana y hayan podido ser seleccionadas serán descartadas del estudio. En esos casos no se computará el resto del análisis.)

1 = *Retrato* * (Si aparecen figuras humanas representadas en primera instancia. *Debería ser la categoría predominante)

2 = *Paisaje* (Si la fotografía representa una amplia extensión de terreno natural sin figuras humanas, o con figuras lejanas y sin relevancia)

3 = *Naturaleza muerta* (Si lo que representa la imagen en primera instancia son objetos o animales)

4 = *Otro*

2.2. Tipo de retrato –*TIPRET*– (Indica cómo han sido retratados los sujetos presentes en las fotografías. En el caso de los retratos conjuntos, cuando se represente a un grupo de personas, se especificará el tipo de retrato que predomine)

1 = *Frontal* * (De frente. *Debería ser predominante)

2 = *Trasero* (De espaldas)

3 = *Perfil* / *Perfil frontal* / *Perfil trasero* (Con la cabeza de lado)

4 = *Tres cuartos frontal* / *Tres cuartos trasero* (Con la cabeza en diagonal a la cámara)

2.3. Escala de plano utilizado –*PLANO*–

1 = *Plano Detalle* (Se encuadra tan solo una parte específica del cuerpo)

2 = *Primer Plano* / *Primerísimo Primer Plano* (Se encuadra/n principalmente el/los rostro/s)

3 = *Plano Medio* (Se encuadra/n al/los personaje/s desde la cabeza a la cintura) / *Plano*

Americano (Se encuadra/n al/los personaje/s desde la cabeza a las rodillas)

4 = *Plano Entero* (Se encuadra al/los personaje/s de cuerpo entero)

5 = *Plano General* / *Gran Plano General* * (Muestra el escenario en su amplitud, y la/s persona/s que se encuentra/n en él. *Debería ser una categoría predominante)

7 = *Plano Conjunto* * (Se muestra a un grupo de personas en su totalidad y se presenta una relación entre ellas. *Debería ser una categoría predominante)

2.4. Longitud Focal –*FOCAL*– (Distancia focal usada por el fotógrafo para capturar la imagen. La longitud focal se entiende como la distancia que existe entre el sensor de la cámara y el centro óptico de la lente, variando así el ángulo de visión y la porción de escena visible)

0 = *No identificable claramente*

1 = *Estándar* * (Entre 30 y 60 mm. Aproximadamente. *Debería ser la categoría predominante)

2 = *Gran angular* (Por debajo de los 25 mm. El gran angular tiene un efecto de inmersión en la escena, estirando las distancias, y agrandando y acentuando los detalles más cercanos a la cámara)

3 = *Teleobjetivo* (Por encima de los 65 mm. El teleobjetivo crea el efecto de comprimir el espacio, reduciendo la profundidad y haciendo la imagen más plana. Con esta distancia focal el espectador se distancia y se convierte en una especie de observador oculto)

2.5. Angulación –*ANGULO*– (Ángulo con el que se ha retratado al/los sujeto/s)

1 = *Frontal* * (*Debería ser la categoría predominante)

2 = *Picado* (De arriba hacia abajo)

3 = *Contrapicado* (De abajo hacia arriba)

2.6. Localización –*LOC*– (Dónde se ha tomado la fotografía)

1 = *Exterior* * (En un escenario abierto. Debería ser la categoría predominante)

2 = *Interior* (Dentro de una localización cerrada)

3 = *Estudio* (En un escenario artificial y recreado.)

2.7. Iluminación –*ILU*–

0 = *No identificable claramente*

1 = *Natural* * (Si la luz proviene del sol. *Debería ser la categoría predominante)

2 = *Artificial* (Si la luz proviene de fuentes de luz artificial, como flashes o lámparas de tungsteno)

3 = *Mixta*

2.8. Retoque digital –*RET*– (Cuando la fotografía ha sido editada digitalmente)

0 = *No / No identificable claramente* * (*Debería ser la categoría predominante)

1 = *Si*

2.9. Postura del/los personaje/s –*POS*–

0 = *No identificable claramente*

1 = *Natural* * (Si el/los sujeto/s parecen comportarse de manera natural. *Debería ser la categoría predominante)

2 = *Posado* (Si el/los sujeto/s parecen posar o tener una postura forzada)

C) Análisis denotativo de la imagen (nivel 1. Rodríguez y Dimitrova, 2011)

3. Análisis denotativo del contexto

3.1. Escenario –*ESC*– (Lugar dónde se desarrolla la acción. Adaptado de Muñiz, Igartua y Otero, 2006)

0 = *No identificado claramente*

1 = *Campos de refugiados* *

2 = *Centros de ayuda y acogida / centros médicos*

3 = *Centros educativos / religiosos / de ocio*

4 = *Lugar de trabajo / oficinas / centros de tramitación*

5 = *Comisarias / celdas / juzgados*

6 = *Recintos portuarios / aeropuertos / aviones*

7 = *Estaciones y medios de transporte / autobús / tren*

8 = *Embarcaciones / pateras*

9 = *Costa / playa*

9 = *Caminos / carreteras / vías tren*

10 = *Escenario urbano / calle / plazas*

11 = *Domicilios / albergues / hostales*

13 = *Tiendas y comercios*

14 = *Espacios naturales con vegetación*

15 = *Espacios naturales desérticos*

16 = *Espacios destruidos / escenarios de guerra*

17 = *Espacios fronterizos / límites / alambradas*

18 = *Otros*

4. Análisis denotativo de personajes

4.1. Número de actores principales –*NUMACT*– (Indica la cantidad de actores que aparecen o forman parte del centro de interés de la imagen, sin contar aquellos sujetos alejados o no relevantes dentro del encuadre)

1 = *Uno*

2 = *Varios / grupo* * (*Se espera que sea la categoría predominante en retratos colectivos)

3 = *Muchos / multitud*

4.2. Actor/es presente/s en la fotografía (Si el retrato es colectivo, indica los sujetos que se representan en toda la fotografía. En esta ocasión responde por cada opción si tiene presencia -1- o no -0-. En toda fotografía deberían aparecer refugiados y/o migrantes)

4.2.1. Refugiados y/o migrantes –ACT_REF–

1 = Si / 0 = No

4.2.2. Cuerpos de seguridad –ACT_SEG–

1 = Si / 0 = No

4.2.3. Cooperantes –ACT_COO–

1 = Si / 0 = No

4.2.4. Periodistas –ACT_PER–

1 = Si / 0 = No

4.2.5. Personalidades políticas –ACT_POL–

1 = Si / 0 = No

4.2.6. Habitantes locales –ACT_LOCAL–

1 = Si / 0 = No

4.2.7. Otros –ACT_OTRO–

1 = Si / 0 = No

4.3. Rol de actor/res protagonista/s –ACTPRIN– (Indica cual es el papel predominante del/los actor/es protagonista/s, los más destacados dentro del centro de interés de la imagen, el sujeto o los sujetos a los que se otorga una mayor importancia. Lo esperado es que sean refugiados y/o migrantes)

*1 = Refugiados y/o migrantes * (*Se espera que sea la categoría predominante)*

2 = Cuerpos de seguridad

3 = Cooperantes

4 = Periodistas

5 = Personalidades políticas

6 = Habitantes locales

7 = Otros

5. Análisis denotativo de refugiados y migrantes

5.1. Género –R_GEN– (Del/los refugiado/s y/o migrante/s representado/s en la imagen)

0 = No identificable claramente

*1 = Hombre * (*Se espera sea predominante en retratos individuales)*

2 = Mujer

*3 = Ambos * (Si en un grupo aparecen actores de ambos géneros. *Se espera que sea predominante en retratos colectivos)*

5.2. Edad –R_EDAD– (Del/los refugiado/s y/o migrante/s representado/s en la imagen)

0 = No Identificable claramente

1 = Niño

2 = Adolescente

3 = Joven

4 = Adulto

5 = Anciano

*6 = Varias edades * (Si en un grupo aparecen actores de distintas edades. *Se espera sea predominante en retratos colectivos)*

5.3. Lugar de origen –R_ORIG– (Procedencia que destaca del/los refugiado/s y/o migrante/s representado/s en la imagen)

0 = No identificable claramente

*1 = Países árabes * (*Se espera que sea la categoría predominante)*

2 = África subsahariana

- 3 = *Latinoamérica*
- 4 = *Asia oriental*
- 5 = *Otro*
- 6 = *Mixto*

5.4. Estado físico –*R_FISIC*– (Del/los refugiado/s y/o migrante/s representado/s en la imagen)

- 0 = *No identificable claramente*
- 1 = *Predominantemente bueno*
- 2 = *Regular*
- 3 = *Predominantemente malo*

5.5. Acción que realiza/n o recibe/n el/los refugiado/s y/o migrante/s –*ACCION*– (Acción principal que **predomina** en la imagen respecto al/los refugiado/s y/o migrante/s. Adaptado de Igartua, Muñiz y Cheng, 2005)

- 0 = *No identificable claramente*

Positivas: actos lúdicos

- 1 = *Juego y diversión*
- 2 = *Escenas lúdicas / celebraciones / conversaciones amenas*

Positivas: actos solidarios

- 3 = *Colaboran entre migrantes*
- 4 = *Ayudan a otros migrantes*
- 5 = *Ayudan a otros actores (civiles, cooperantes...)*

Negativas: visión humana

- 6 = *Espera*
- 7 = *Descanso*
- 8 = *Trabajo*
- 9 = *Estudio*
- 10 = *Tareas domésticas (cocinar, comer, beber, limpiar, asearse...)*
- 11 = *Escena familiar / relaciones conyugales **
- 12 = *Expedición clandestina*
- 13 = *Viaje, partida o llegada a fronteras, costas, campos de refugiados... **
- 14 = *Trámites*

Negativas: visión como víctimas y sufrimiento

- 15 = *Escapan*
- 16 = *Son detenidos / esposados / interrogados / cacheados...*
- 17 = *Son atacados / agredidos*
- 18 = *Son expulsados*
- 19 = *Piden ayuda*
- 20 = *Reciben ayuda o atención médica*
- 21 = *Buscan, reciben o esperan ropa y/o alimentos*
- 22 = *Sufren y padecen dolores (heridas o enfermedades)*
- 23 = *Lloran a víctimas y familiares (muertos, heridos, enfermos, desaparecidos)*

Negativas: visión como agresores / posible amenaza

- 24 = *Acto subversivo (manifestaciones y levantamientos con o sin violencia)*
- 25 = *Acto delictivo*
- 26 = *Conflicto o disputa entre refugiados*
- 27 = *Conflicto o disputa entre refugiados y otros actores (civiles, cooperantes, cuerpos de seguridad, políticos...)*
- 28 = *Agreden a otros actores*
- 29 = *Portan o manipulan armas*

Neutras:

- 30 = *Actitud de pose frente a cámara*
- 31 = *Otras*

5.6. Expresión gestual (Expresión predominante del/los refugiado/s y/o migrante/s. Indica si los gestos de los inmigrantes transmiten -1- o no -0- alguna de las siguientes expresiones y emociones. Adaptado de Hellmueller y Zhang, 2017; y de López del Ramo y Humanes, 2016)

Positivas:

5.6.1. Alegría –GES_ALE–

$I = Si / 0 = No$

5.6.2. Ilusión / esperanza –GES_ILU–

$I = Si / 0 = No$

5.6.3. Emoción / entusiasmo / excitación –GES_EMO–

$I = Si / 0 = No$

5.6.4. Relajación / despreocupación –GES_REL–

$I = Si / 0 = No$

5.6.5. Agradecimiento –GES_AGRA–

$I = Si / 0 = No$

5.6.6. Decisión / firmeza –GES_DECI–

$I = Si / 0 = No$

Negativas: sufrimiento

5.6.7. Tristeza / pena –GES_TRIS–

$I = Si / 0 = No$

5.6.8. Dolor –GES_DOL–

$I = Si / 0 = No$

5.6.9. Miedo –GES_MIE–

$I = Si / 0 = No$

5.6.10. Preocupación / incertidumbre –GES_PR–

$I = Si / 0 = No$

5.6.11. Angustia –GES_ANGUS–

$I = Si / 0 = No$

5.6.12. Desesperación –GES_DESES–

$I = Si / 0 = No$

5.6.13. Resignación / rendición / desilusión –GES_RES–

$I = Si / 0 = No$

5.6.14. Cansancio / esfuerzo / extenuación –GES_CANS–

$I = Si / 0 = No$

Negativas: indignación

5.6.15. Indignación –GES_INDIG–

$I = Si / 0 = No$

5.6.16. Desconfianza –GES_DESCON–

$I = Si / 0 = No$

5.6.17. Decepción / frustración –GES_DECEP–

$I = Si / 0 = No$

5.6.18. Reivindicación / apelación –GES_REI–

$I = Si / 0 = No$

Negativas: amenaza

5.6.19. Enfado –GES_ENFA–

$I = Si / 0 = No$

5.6.20. Ira / agresividad –GES_IRA–

$I = Si / 0 = No$

5.6.21. Amenazante –GES_AMEN–

$I = Si / 0 = No$

Neutrales:

5.6.22. Indiferencia –GES_INDIF–

$I = Si / 0 = No$

5.6.23. Aburrimiento –GES_ABUR–

$I = Si / 0 = No$

5.7. Práctica o actitud religiosa –PRAREL– (Si el/los refugiado/s y/o migrante/s representado/s en la imagen muestran algún elemento, característica o práctica religiosa, como rezar, implorar, portar prendas o símbolos religiosos, etc.)

I = Si / 0 = No

D) Análisis connotativo de la imagen (nivel 3. Rodríguez y Dimitrova, 2011)

6. Análisis de la realidad simbólica que transmite la imagen

6.1. Representación implícita del refugiado y/o migrante (Percepción predominante que la imagen transmite acerca del refugiado y/o migrante, identificándolo con tópicos y características estereotípicas. Indica si se percibe -1- o no -0- asociación con alguna de las siguientes etiquetas)

Positivas:

6.1.1. Modesto / humilde / agradecido –TOP_MOD–

I = Si / 0 = No

6.1.2. Honrado / solidario / cooperativo –TOP_HON–

I = Si / 0 = No

6.1.3. Abierto / tolerante / respetuoso –TOP_ABI–

I = Si / 0 = No

6.1.4. Familiar / cercano –TOP_FAM–

I = Si / 0 = No

6.1.5. Afable / amable / amigable –TOP_AFA–

I = Si / 0 = No

6.1.6. Integrado / adaptado –TOP_INT–

I = Si / 0 = No

6.1.7. Trabajador –TOP_TRAB–

I = Si / 0 = No

6.1.8. Hábil / inteligente / cualificado –TOP_HAB–

I = Si / 0 = No

Negativas: víctima

6.1.9. Víctima / inocente –TOP_VICT–

I = Si / 0 = No

6.1.10. Vulnerable / indefenso –TOP_VUL–

I = Si / 0 = No

6.1.11. Necesitado –TOP_NEC–

I = Si / 0 = No

6.1.12. Excluido –TOP_EXC–

I = Si / 0 = No

6.1.13. Estigmatizado –TOP_ESTG–

I = Si / 0 = No

6.1.14. Desgraciado –TOP_DESG–

I = Si / 0 = No

6.1.15. Miserable –TOP_MIS–

I = Si / 0 = No

6.1.16. Mártir –TOP_MAR–

I = Si / 0 = No

Negativas: carga

6.1.17. Posible carga –TOP_CARG–

I = Si / 0 = No

6.1.18. Inadaptado –TOP_INAD–

I = Si / 0 = No

6.1.19. Torpe / analfabeto –TOP_TORP–

I = Si / 0 = No

6.1.20. Vago –TOP_VAGO–

I = Si / 0 = No

6.1.21. Indigente / sucio –*TOP_INDI*–

I = Si / 0 = No

6.1.22. Maleducado –*TOP_MALED*–

I = Si / 0 = No

6.1.23. Interesado / aprovechado / ambicioso –*TOP_INT*–

I = Si / 0 = No

6.1.24. Sin papeles –*TOP_SINPA*–

I = Si / 0 = No

Negativas: amenaza

6.1.25. Posible amenaza –*TOP_AMEN*–

I = Si / 0 = No

6.1.26. Intolerante –*TOP_INTOL*–

I = Si / 0 = No

6.1.27. Conflictivo –*TOP_CONFL*–

I = Si / 0 = No

6.1.28. Rebelde / subversivo –*TOP_REBEL*–

I = Si / 0 = No

6.1.29. Delincuente –*TOP_DELIN*–

I = Si / 0 = No

6.1.30. Fanático / extremista –*TOP_FANAT*–

I = Si / 0 = No

6.1.31. Islamista –*TOP_ISLAM*–

I = Si / 0 = No

6.1.32. Terrorista –*TOP_TERROR*–

I = Si / 0 = No

6.2. Sentimiento general transmitido por la imagen –*SENTIMENT*– (sentimiento que manifiesta la imagen respecto a la figura del refugiado y/o migrante en términos de asilo e integración)

0 = No identificable

1 = Positivo (para los refugiados)

2 = Negativo (para los refugiados)

Anexos IV. Ficha de codificación extensa

FICHA DE CODIFICACIÓN (CON VALORES)

MARCOS VISUALES DE REFUGIADOS Y MIGRANTES EN MEDIOS EUROPEOS

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN BÁSICOS:

1.1. N° Imagen	1.2. N° Codificador	1.3. País	1.4. Medio	1.5. Año
—	—	—	—	—

2. ANÁLISIS FORMAL DE LAS FOTOGRAFÍAS:

VARIABLES	VALORES (MARCAR LA OPCIÓN CORRECTA)
2.1. Tipo de fotografía (TIPFOT)	1 = Retrato * 2 = Paisaje 3 = Naturaleza muerta 4 = Otro
2.2. Tipo de retrato (TIPRET)	1 = Frontal * 2 = Trasero 3 = Perfil / Perfil frontal / Perfil trasero 4 = Tres cuartos frontal / Tres cuartos trasero
2.3. Escala de plano utilizado (PLANO)	1 = Plano Detalle 2 = Primer Plano / Primerísimo Primer Plano 3 = Plano Medio 4 = Plano Americano 5 = Plano Entero 6 = Plano General / Gran Plano General * 7 = Plano Conjunto *
2.4. Longitud focal (FOCAL)	0 = No identificable claramente 1 = Estándar * 2 = Gran angular 3 = Teleobjetivo
2.5. Angulación (ANGULO)	1 = Frontal * 2 = Picado 3 = Contrapicado
2.6. Localización (LOC)	1 = Exterior * 2 = Interior 3 = Estudio
2.7. Iluminación (ILU)	0 = No identificable claramente 1 = Natural * 2 = Artificial 3 = Mixta
2.8. Retoque digital (RET)	0 = No / No identificable claramente * 1 = Si

2.9. Postura del/los personaje/s (<i>POST</i>)	0 = <i>No identificable claramente</i> 1 = <i>Natural</i> * 2 = <i>Posado</i>
--	---

3. ANÁLISIS DENOTATIVO DEL CONTEXTO

3.1. Escenario (<i>ESCENA</i>)	0 = <i>No identificable claramente</i> 1 = <i>Campos de refugiados</i> * 2 = <i>Centros de ayuda y acogida / centros médicos</i> 3 = <i>Centros educativos / religiosos / de ocio</i> 4 = <i>Lugar de trabajo / oficinas / centros tramitación</i> 5 = <i>Comisarias / celdas / juzgados</i> 6 = <i>Recintos portuarios / aeropuertos / aviones</i> 7 = <i>Estaciones y medios de transporte terrestres</i> 8 = <i>Embarcaciones / pateras</i> 9 = <i>Costa / playa</i> 10 = <i>Caminos / carreteras / vías tren</i> 11 = <i>Escenario urbano / calle / plazas</i> 12 = <i>Domicilios / albergues / hostales</i> 13 = <i>Tiendas y comercios</i> 14 = <i>Espacios naturales con vegetación</i> 15 = <i>Espacios naturales desérticos</i> 16 = <i>Espacios destruidos / escenarios de guerra</i> 17 = <i>Espacios fronterizos / límites / alambradas</i> 18 = <i>Otros</i>
----------------------------------	---

4. ANÁLISIS DENOTATIVO DE PERSONAJES

4.1. Número de actores principales (<i>NUMACT</i>)	1 = <i>Uno</i> 2 = <i>Varios / grupo</i> * 3 = <i>Muchos / multitud</i>
--	---

4.2. Actor/es presente/s en la fotografía:	
4.2.1. Refugiados y/o migrantes (<i>ACT_REF</i>) ...	(1) = <i>Si</i> (0) = <i>No</i>
4.2.2. Cuerpos de seguridad (<i>ACT_SEG</i>)	(1) = <i>Si</i> (0) = <i>No</i>
4.2.3. Cooperantes (<i>ACT_COO</i>)	(1) = <i>Si</i> (0) = <i>No</i>
4.2.4. Periodistas (<i>ACT_PER</i>)	(1) = <i>Si</i> (0) = <i>No</i>
4.2.5. Personalidades políticas (<i>ACT_POL</i>)	(1) = <i>Si</i> (0) = <i>No</i>
4.2.6. Habitantes locales (<i>ACT_LOCAL</i>)	(1) = <i>Si</i> (0) = <i>No</i>
4.2.7. Otros (<i>ACT_OTRO</i>)	(1) = <i>Si</i> (0) = <i>No</i>

4.3. Rol actor/es protagonista/s (<i>ACTPROT</i>)	1 = <i>Refugiados y/o migrantes</i> * 2 = <i>Cuerpos de seguridad</i> 3 = <i>Cooperantes</i> 4 = <i>Periodistas</i> 5 = <i>Personalidades políticas</i> 6 = <i>Habitantes locales</i> 7 = <i>Otros</i>
---	--

5. ANÁLISIS DENOTATIVO DE REFUGIADOS Y MIGRANTES

5.1. Género (<i>R_GEN</i>)	0 = <i>No identificable claramente</i> 1 = <i>Hombre *</i> 2 = <i>Mujer</i> 3 = <i>Ambos *</i>
5.2. Edad (<i>R_EDAD</i>)	0 = <i>No Identificable claramente</i> 1 = <i>Niño</i> 2 = <i>Adolescente</i> 3 = <i>Joven</i> 4 = <i>Adulto</i> 5 = <i>Anciano</i> 6 = <i>Varias edades *</i>
5.3. Lugar de origen (<i>R_ORIG</i>)	0 = <i>No identificable claramente</i> 1 = <i>Países árabes *</i> 2 = <i>África subsahariana</i> 3 = <i>Latinoamérica</i> 4 = <i>Asia oriental</i> 5 = <i>Otro</i> 6 = <i>Mixto</i>
5.4. Estado físico (<i>R_FISIC</i>)	0 = <i>No identificable claramente</i> 1 = <i>Predominantemente bueno</i> 2 = <i>Regular</i> 3 = <i>Predominantemente malo</i>
5.5. Acción principal que realizan o reciben los refugiados y/o migrantes y se retrata en la imagen (<i>ACCION</i>)	0 = <i>No identificable claramente</i> 1 = <i>Juego y diversión</i> 2 = <i>Escenas lúdicas / celebraciones / conversaciones</i> 3 = <i>Colaboran entre migrantes</i> 4 = <i>Ayudan a otros migrantes</i> 5 = <i>Ayudan a otros actores (civiles, cooperantes...)</i> 6 = <i>Espera</i> 7 = <i>Descanso</i> 8 = <i>Trabajo</i> 9 = <i>Estudio</i> 10 = <i>Tareas domésticas (cocinar, comer, limpiar...)</i> 11 = <i>Escena familiar / relaciones conyugales *</i> 12 = <i>Expedición clandestina *</i> 13 = <i>Viaje / partida o llegada a fronteras, costas... *</i> 14 = <i>Trámites</i> 15 = <i>Escapan</i> 16 = <i>Son detenidos / esposados / interrogados...</i> 17 = <i>Son atacados / agredidos</i> 18 = <i>Son expulsados</i> 19 = <i>Piden ayuda</i> 20 = <i>Reciben ayuda o atención médica</i> 21 = <i>Buscan, reciben o esperan ropa y/o alimentos</i> 22 = <i>Sufren y padecen dolores</i> 23 = <i>Lloran a víctimas y familiares</i> 24 = <i>Acto subversivo (con o sin violencia)</i> 25 = <i>Acto delictivo</i> 26 = <i>Conflicto o disputa entre refugiados</i> 27 = <i>Conflicto entre refugiados y otros actores</i> 28 = <i>Agreden a otros actores</i> 29 = <i>Portan o manipulan armas</i> 30 = <i>Actitud de pose frente a cámara</i> 31 = <i>Otras</i>

5.6. Expresión gestual:

5.6.1. Alegría (<i>GES_ALE</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.2. Ilusión / esperanza (<i>GES_ILU</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.3. Emoción / entusiasmo (<i>GES_EMO</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.4. Relajación / despreocupación (<i>GES_REL</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.5. Agradecimiento (<i>GES_AGRA</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.6. Decisión / firmeza (<i>GES_DECI</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.7. Tristeza / pena (<i>GES_TRIS</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.8. Dolor (<i>GES_DOL</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.9. Miedo (<i>GES_MIE</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.10. Preocupación / incertidumbre (<i>GES_PR</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.11. Angustia (<i>GES_ANGUS</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.12. Desesperación (<i>GES_DESES</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.13. Resignación / rendición (<i>GES_RES</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.14. Cansancio / esfuerzo (<i>GES_CANS</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.15. Indignación (<i>GES_INDIG</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.16. Desconfianza (<i>GES_DESCON</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.17. Decepción / frustración (<i>GES_DECEP</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.18. Reivindicación / apelación (<i>GES_REI</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.19. Enfado (<i>GES_ENFA</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.20. Ira / agresividad (<i>GES_IRA</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.21. Amenazante (<i>GES_AMEN</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.22. Indiferencia (<i>GES_INDIF</i>)	(1) = Si (0) = No
5.6.23. Aburrimiento (<i>GES_ABUR</i>)	(1) = Si (0) = No

5.7. Práctica o actitud religiosa (PRAREL) (1) = Si | (0) = No

6. ANÁLISIS CONNOTATIVO DE LA IMAGEN

6.1. Representación del refugiado/migrante:

6.1.1. Modesto / humilde (<i>TOP_MOD</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.2. Honrado / solidario (<i>TOP_HON</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.3. Abierto / tolerante (<i>TOP_ABI</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.4. Familiar / cercano (<i>TOP_FAM</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.5. Afable / amable (<i>TOP_AFA</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.6. Integrado / adaptado (<i>TOP_INT</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.7. Trabajador / responsable (<i>TOP TRAB</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.8. Hábil / inteligente (<i>TOP_HAB</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.9. Víctima / inocente (<i>TOP_VICT</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.10. Vulnerable / indefenso (<i>TOP_VUL</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.11. Necesitado (<i>TOP_NEC</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.12. Excluido (<i>TOP_EXC</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.13. Estigmatizado (<i>TOP_ESTG</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.14. Desgraciado (<i>TOP_DESG</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.15. Miserable (<i>TOP_MIS</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.16. Mártir (<i>TOP_MAR</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.17. Posible carga (<i>TOP_CARG</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.18. Inadaptado (<i>TOP_INAD</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.19. Torpe / analfabeto (<i>TOP_TORP</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.20. Vago (<i>TOP_VAGO</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.21. Indigente / sucio (<i>TOP_INDI</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.22. Maleducado (<i>TOP_MALED</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.23. Interesado / aprovechado (<i>TOP_INT</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.24. Sin papeles (<i>TOP_SINPA</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.25. Posible amenaza (<i>TOP_AMEN</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.26. Intolerante (<i>TOP_INTOL</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.27. Conflictivo (<i>TOP_CONFL</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.28. Rebelde / subversivo (<i>TOP_REBEL</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.29. Delincuente (<i>TOP_DELIN</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.30. Fanático / extremista (<i>TOP_FANAT</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.31. Islamista (<i>TOP_ISLAM</i>)	(1) = Si (0) = No
6.1.32. Terrorista (<i>TOP_TERROR</i>)	(1) = Si (0) = No

6.2. Sentimiento transmitido por la imagen
(SENTIMENT)

0 = No identificable
1 = Positivo
2 = Negativo *

Anexos V. Ficha de codificación reducida

FICHA DE CODIFICACIÓN (REDUCIDA)

MARCOS VISUALES DE REFUGIADOS Y MIGRANTES EN MEDIOS EUROPEOS

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN BÁSICOS:

1.1. N° Imagen	1.2. N° Codificador	1.3. País	1.4. Medio	1.5. Año
—	—	—	—	—

2. ANÁLISIS FORMAL DE LAS FOTOGRAFÍAS:

2.1. Tipo de fotografía (<i>TIPFOT</i>)	()
2.2. Tipo de retrato (<i>TIPRET</i>)	()
2.3. Escala de plano utilizado (<i>PLANO</i>)	()
2.4. Longitud focal (<i>FOCAL</i>)	()
2.5. Angulación (<i>ANGULO</i>)	()
2.6. Localización (<i>LOC</i>)	()
2.7. Iluminación (<i>ILU</i>)	()
2.8. Retoque digital (<i>RET</i>)	()
2.9. Postura del/los personaje/s (<i>POST</i>)	()

3. ANÁLISIS DENOTATIVO DEL CONTEXTO

3.1. Escenario (<i>ESCENA</i>)	()
----------------------------------	-----

4. ANÁLISIS DENOTATIVO DE PERSONAJES

4.1. Número de actores principales (<i>NUMACT</i>)	()
4.2. Actor/es presente/s en la fotografía:	
4.2.1. Refugiados y/o migrantes (<i>ACT_REF</i>) . . .	()
4.2.2. Cuerpos de seguridad (<i>ACT_SEG</i>)	()
4.2.3. Cooperantes (<i>ACT_COO</i>)	()
4.2.4. Periodistas (<i>ACT_PER</i>)	()
4.2.5. Personalidades políticas (<i>ACT_POL</i>)	()
4.2.6. Habitantes locales (<i>ACT_LOCAL</i>)	()
4.2.7. Otros (<i>ACT_OTRO</i>)	()
4.3. Rol actor/es protagonista/s (<i>ACTPROT</i>)	()

5. ANÁLISIS DENOTATIVO DE REFUGIADOS Y MIGRANTES

5.1. Género (<i>R_GEN</i>)	()
5.2. Edad (<i>R_EDAD</i>)	()
5.3. Lugar de origen (<i>R_ORIG</i>)	()
5.4. Estado físico (<i>R_FISIC</i>)	()
5.5. Acción refugiados y/o migrantes (<i>ACCION</i>)	()
5.6. Expresión gestual:	
5.6.1. Alegría (<i>GES_ALE</i>)	()
5.6.2. Ilusión / esperanza (<i>GES_ILU</i>)	()
5.6.3. Emoción / entusiasmo (<i>GES_EMO</i>)	()
5.6.4. Relajación / despreocupación (<i>GES_REL</i>)	()
5.6.5. Agradecimiento (<i>GES_AGRA</i>)	()
5.6.6. Decisión / firmeza (<i>GES_DECI</i>)	()
5.6.7. Tristeza / pena (<i>GES_TRIS</i>)	()
5.6.8. Dolor (<i>GES_DOL</i>)	()
5.6.9. Miedo (<i>GES_MIE</i>)	()
5.6.10. Preocupación / incertidumbre (<i>GES_PR</i>)	()
5.6.11. Angustia (<i>GES_ANGUS</i>)	()
5.6.12. Desesperación (<i>GES_DESES</i>)	()
5.6.13. Resignación / rendición (<i>GES_RES</i>)	()
5.6.14. Cansancio / esfuerzo (<i>GES_CANS</i>)	()
5.6.15. Indignación (<i>GES_INDIG</i>)	()
5.6.16. Desconfianza (<i>GES_DESCON</i>)	()
5.6.17. Decepción / frustración (<i>GES_DECEP</i>)	()
5.6.18. Reivindicación / apelación (<i>GES_REI</i>)	()
5.6.19. Enfado (<i>GES_ENFA</i>)	()
5.6.20. Ira / agresividad (<i>GES_IRA</i>)	()
5.6.21. Amenazante (<i>GES_AMEN</i>)	()
5.6.22. Indiferencia (<i>GES_INDIF</i>)	()
5.6.23. Aburrimiento (<i>GES_ABUR</i>)	()
5.7. Práctica o actitud religiosa (<i>PRAREL</i>)	()

6. ANÁLISIS CONNOTATIVO DE LA IMAGEN

6.1. Representación del refugiado/migrante:	
6.1.1. Modesto / humilde (<i>TOP_MOD</i>)	()
6.1.2. Honrado / solidario (<i>TOP_HON</i>)	()
6.1.3. Abierto / tolerante (<i>TOP_ABI</i>)	()
6.1.4. Familiar / cercano (<i>TOP_FAM</i>)	()
6.1.5. Afable / amable (<i>TOP_AFA</i>)	()
6.1.6. Integrado / adaptado (<i>TOP_INT</i>)	()
6.1.7. Trabajador (<i>TOP_TRAB</i>)	()
6.1.8. Hábil / inteligente (<i>TOP_HAB</i>)	()
6.1.9. Víctima / inocente (<i>TOP_VICT</i>)	()
6.1.10. Vulnerable / indefenso (<i>TOP_MARTIR</i>)	()
6.1.11. Necesitado (<i>TOP_NEC</i>)	()
6.1.12. Excluido (<i>TOP_EXC</i>)	()
6.1.13. Estigmatizado (<i>TOP_ESTG</i>)	()
6.1.14. Desgraciado (<i>TOP_DESG</i>)	()
6.1.15. Miserable (<i>TOP_MIS</i>)	()
6.1.16. Mártir (<i>TOP_MART</i>)	()
6.1.17. Posible carga (<i>TOP_CARG</i>)	()
6.1.18. Inadaptado (<i>TOP_INAD</i>)	()
6.1.19. Torpe / analfabeto (<i>TOP_TORP</i>)	()
6.1.20. Vago (<i>TOP_VAGO</i>)	()
6.1.21. Indigente / sucio (<i>TOP_INDI</i>)	()
6.1.22. Maleducado (<i>TOP_MALED</i>)	()
6.1.23. Interesado / aprovechado (<i>TOP_INT</i>)	()
6.1.24. Sin papeles (<i>TOP_SINPA</i>)	()
6.1.25. Posible amenaza (<i>TOP_AMEN</i>)	()
6.1.26. Intolerante (<i>TOP_INTOL</i>)	()
6.1.27. Conflictivo (<i>TOP_CONFL</i>)	()
6.1.28. Rebelde / subversivo (<i>TOP_REBEL</i>)	()
6.1.29. Delincuente (<i>TOP_DELIN</i>)	()
6.1.30. Fanático (<i>TOP_FANAT</i>)	()
6.1.31. Islamista (<i>TOP_ISLAM</i>)	()
6.1.32. Terrorista (<i>TOP_TERROR</i>)	()
6.2. Sentimiento transmitido por la imagen (<i>SENTIMENT</i>)	()

